
迈向战国
中国智能手机市场的新篇章
时代变了！
日本游戏失掉自信力了吗？
06月下
本期特惠价
￥7.00
Popsoft
www.popsoft.com.cn
2012年 总第407期
大众软件®
电脑应用与娱乐……择
EVE ONLINE
新 纪 元
www.eve-online.com.cn
开放性测试 6月巨献
万人星战 科幻史诗 这宇宙 属于你
特别策划：照片不孤单——图片处理与在线新应用
重磅专题："暗黑3"上市面面观
新品初评：摩托罗拉XT910 MAXX手机 / 捷波朗Clipper耳机 / 三星Q470笔记本电脑 / 雷克沙JumpDrive Triton USB 3.0 U盘
前线地带：使命召唤——黑色行动II
中国游戏报道：杂谈《兰茵篇》
评游析道：日本游戏失掉自信力了吗？
在线争锋：游戏的广告投放方式选择
极限竞技：那些被埋没的经典之战
游戏剧场：多情、贱客、无情剑，姑娘、兄弟、暗黑3
本期强档攻略
《三国志12》进阶攻略
ISSN 1007-0060

重点推荐

P18 特别策划
照片不孤单
——个性图片处理与在线新应用

照片，是你记忆的载体。不要让照片孤单，学着去打扮它、分享它、收藏它、了解它。当许久之后再看到这些照片时会发现，它们已经成为你记忆中最宝贵的一部分。



P53 应用聚焦
春天里的故事
——移动支付与移动浏览器的亲密接触

从线下血拼到线上淘宝，从用电脑交易到智能手机移动支付，国内电子商务蕴含着巨大的潜力与商机。在当今这个移动时代，让人们接受移动支付的理念又会花费多长时间？



P112 攻城略地
数字三国志

8年前我们做过这个数字化三国志的专题，受到许多玩家的好评。《三国志12》与前几作的巨大差异让我们重启了这个专题，在具体数字的分析下，会有什么有趣的观点？



大众礼物

TOPTEN投票幸运读者		评刊幸运读者	
吉　林	蒲俊烨	北　京	罗　通
四　川	唐俊哲	湖　南	周　亮
吉　林	张　政	陕　北	李志云
陕　西	尹　喆	上　海	胡　隽
河　北	韩　阁	山　东	陆　兆
新　疆	顾梦梦	甘　肃	赵　云
江　苏	张　凯	四　川	罗　云
广　东	梁宇航	北　京	李　良
河　南	洛　阳	青　海	路　明
陈　琛	山　西	云　南	金　宁



▲赠送《魔兽世界》卡牌20张，《大众软件》特制卡牌包一个

主管单位 中国科学技术协会
主办单位 中国科学技术情报学会
编辑出版 大众软件杂志社
名誉社长 高庆生
社　　长 宋振峰
总　　编 宋振峰

执行主编 王晨
编 辑 部 谭湘源（主任）
朱良杰（副主任） 杨立（副主任）
栏目编辑 杨文韬 汪澎 任然 韩大治 马骥 范锴
黄利东 毋羽 赵博 吴昊 李淑君
本期责编 赵博
电　　话 010-88118588-1200
传　　真 010-88135597
新闻热线 010-88118588-1250
商务合作 010-68271606
通信地址 北京市100143信箱103分箱
邮政编码 100143

广 告 部 高建京（主任）
李怀颖（副主任） 陈文
电　　话 010-68271996 / 68272656
传　　真 010-88135597
读者俱乐部 010-88135623
发 行 部 陈志刚（主任）闫海娟 韩灵合
电　　话 010-88135613
传　　真 010-88135614

平面设计 平龙飞 汤瑛 张子祚 林静 韩沂杏 陶蕊
印　　刷 北京盛通印刷股份有限公司
刊　　号 ISSN 1007-0060
CN11-3751/TN
邮发代号 82-726
国内发行 北京报刊发行局
订　　阅 全国各地邮局
广告许可证 京海工商广字第8068号

出版日期 2012年6月16日
定　　价 人民币 10.00元
本刊由北京报刊零售公司总经销

责编手记





蓝星：专题写不完了……　Cross：蓝星你不能放弃！　Joker：我的心脏……

忙碌，忙碌，忙碌！这是Joker制作这一期杂志时唯一的感觉，各种调整页码，各种吃页吐页，各种……等等，“蓝星老爷！不许玩《三国志12》了！专题还没写完呢！什么？不行！老孙家跟你仇再大你也得先把专题写完了再去捏他！”对，还得各种抓沉迷游戏不干正事儿的编辑们交稿子……

这时候很多人都说啦，Joker你不是个喜剧演员么？要淡定！没错，我是个喜剧演员，但是也有讲不出笑话的时候！比如这手头工作一大堆，外面早已夕阳西下，别人都小桥流水人家了，我却断肠人在编辑部的时候！

唯一可喜的是，面前突然多了一束百合花，香气扑鼻，整个编辑部都生机蓬勃了起来，8老爷淡定地总结：这就是有了女编辑的好处！

闻着花香，Joker得继续干活了，各位，现在外面已经不是夕阳西下了，看着一旁又偷偷打开游戏的汪老爷，我轻轻叹了口气：“月明星稀，乌鹊南飞啊……”

本期责编：Joker

厚背利刃
摩托罗拉XT910 MAXX手机

■晶合实验室 魔之左手

XT910作为新一代“刀锋”（RAZR）产品，为用户带来了极致纤薄轻巧的使用体验，不过对某些用户来说，手机的另一项性能更加吸引他们，那就是续航时间。摩托罗拉XT910 MAXX就是在XT910出色的节电能力基础上，通过内置更大容量电池，大幅延长续了航能力，且仍保持了较轻薄的体型。

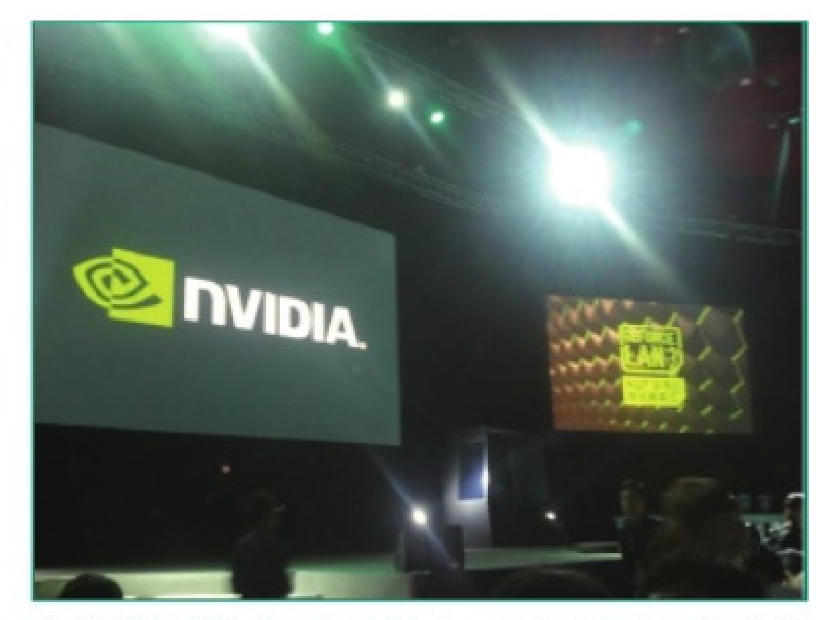


其后盖仍然采用高强度凯芙拉材质，最明显的变化就是背部被“抹平”了，因此没有XT910“销魂”的7.1mm身材，主体较厚，不过细看会发现背部带有一定的下陷弧度，手感更舒适。它8.9mm的厚度和144g（含SIM卡、Micro SD卡）的重量，在4.3英寸手机中仍算是比较轻薄的





顶部的HDMI接口，可以让用户连接其他显示设备，进行内容播放、演示，甚至玩游戏



它提供了前置200万像素，后置800万像素的双摄像头，拍摄效果出色，在光照较差的室内也可忠实记录，噪点控制在可接受的范围内，只是快门速度明显变慢，不适合记录移动物体



XT910 MAXX正面看起来与XT910基本相同，采用了沉稳的黑色壳体，多边形与圆滑边角相结合。它仍采用4.3英寸960×540分辨率Super AMOLED Advanced屏幕，拥有出色的亮度和色彩，但白色图形边缘有很微小的锯齿

电池已使用时间2天19小时59分33秒

百度地图	27%
Android操作系统	23%
手机待机	15%
手机射频	12%
rild	10%
显示	7%
WLAN	5%
语音通话	2%

XT910 MAXX拥有高达3300mAh的电池容量，接近常见智能手机电池的两倍，在高强度使用的情况下，也可坚持36小时以上，而正常使用，每天大约半小时电话、10条短信、一小时导航等应用的状态下，可使用67小时以上（测试采用联通3G SIM卡，记录结束时间点为电量降至15%进入节电模式）





XT910 MAXX电池仍然不可拆卸，SIM卡和Micro SD卡槽位于机身侧面，需使用Micro-SIM卡，侧面的电源键在唤醒屏幕时比顶置方式更顺手



炫目度：★★★★★
口水度：★★★★★
性价比：★★★★

厂商： 摩托罗拉（Motorola）
上市状态： 已上市
售价： 3700元
附件： 充电器、电源和数据连线、说明书等
咨询电话： 400-810-5050（服务热线）
推荐用户： 经常在外奔波，无法每天充电的商务用户
相似产品： 三星i9100、华为荣耀Honor等

其硬件配置与XT910类似，内置1.2GHz德州仪器双核处理器与1GB内存，象限测试总分2846，安兔兔测试得分6041，处理器、内存、3D绘图能力得分都较高。它还可通过智能操作（Smart Actions）功能预先给手机定义动作，在电量较低、插入耳机或点击按键等动作时，执行自定义的操作。

总结：

XT910 MAXX保持了不错的体形和重量，同时提供了强大的续航能力和性能，是一款让人可以放心携带离家的手机，如果说XT910是精美的纤细刀锋，那么这款产品应该算是实用的厚背大砍刀吧。P

多彩精灵
捷波朗Clipper耳机

■晶合实验室 魔之左手

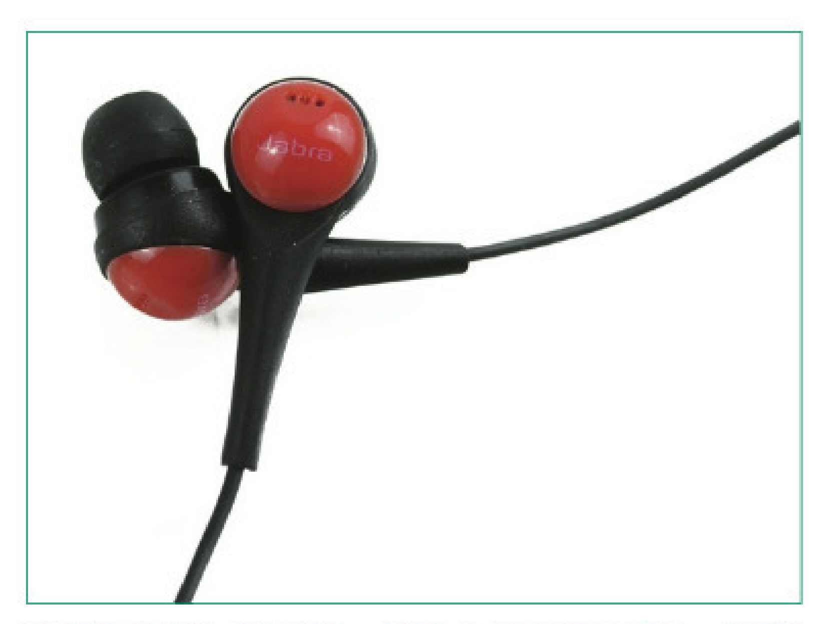
在我们最近测试的数码设备，特别是手机中，色彩绚丽的型号越来越多，除了常见的白、蓝、红之外，粉、橘、黄等都已成为常见的外壳颜色，捷波朗（Jabra）推出的Clipper（精灵夹）蓝牙耳机，就以其鲜艳的色彩成为这些数码产品最好的搭档。



它采用标准Micro USB接口充电，充满时间大约为2小时，连续播放时间可达6小时，待机时间则达到一周左右，充电接口的软盖看起来有点像按键



Clipper之所以被命名为精灵夹，是因为采用了一种较为特殊的设计，主体为蓝牙2.1接收器，可夹在衣服上。它以标准3.5mm接口连接耳机，支持立体声，用户可用自己喜爱的耳机替代原配产品。更有趣的是，它还可同时连接两个设备，例如一个MP3播放器和一个手机，并在来电后自动在Mp3音乐和手机通话之间切换，在因距离等原因断开连接时，会用灯光和“嘟嘟”声提醒用户



自带耳机为入耳式，颜色与主体相呼应，带有多种尺寸的软橡胶耳塞，可明显降低外界干扰，音质纯净

intel. NVIDIA KINGMAX Western Digital 晶合实验室测试联盟

炫目度：★★★★☆
口水度：★★★★☆
性价比：★★★☆

厂商： 捷波朗（Jabra）
上市状态： 已上市
售价： 250元
附件： 充电器、配套耳塞、说明书等
咨询电话： 800-858-0789（客户支持）
推荐用户： 追求个性，手机和MP3都不能离身的时尚数码玩家
相似产品： 诺基亚BH-214、摩托罗拉S605、索尼DRC-BT30等



操控键设计简洁，仅有正面的音量/曲目键和多功能按键，多功能键可执行电源/连接/播放/暂停等多种操作，前部还带有麦克风孔及一个隐藏式指示灯

在实际使用中，其连接距离可达7米左右，但在这一距离上身体、木门等遮挡物都会对信号有很大影响，在3米内则可获得很好的信号。其特殊的使用方式使麦克风离嘴稍远，不过拾音效果不错，只是正面有噪声源时会有一定的干扰，此时最好取下夹子放在嘴边通话。

总结：

这是一款设计独特的耳机，实用性和装饰性兼具，特别适合与各种彩色数码设备搭配。P

寝室伴侣
三星Q470笔记本电脑

■晶合实验室 魔之左手

三星Q系列是面向年轻人的笔记本电脑产品，最近三星又推出了Q470，并宣称它针对特定市场加入了相当多的特别设计。





侧面的USB、网线、耳机接口均有背光，可在黑暗环境下方便地使用

Q470给我们的第一印象是个性十足。乳白色的顶面在放置、携带时，让人感到恬静，而掀开屏幕使用时，键盘面的银色又给人一种简洁而华丽的感觉，细看之下，还会发现它为简便易用而增加的细节设计，例如屏幕顶部带有一条凸起，开盖更顺手





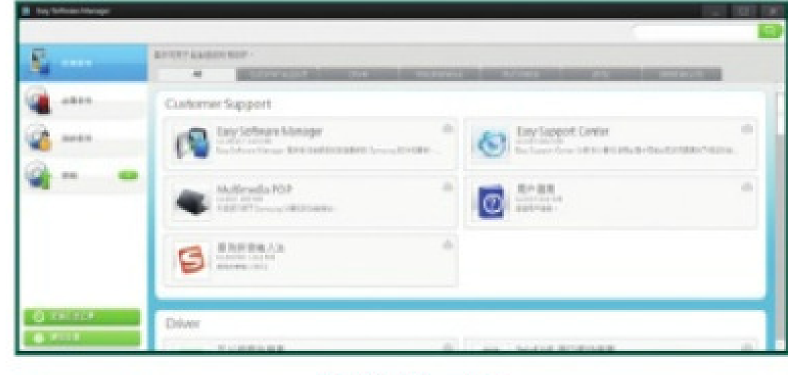
Q470的键盘区有明显下凹，不仅提供背光，而且所有按键字符都是半透明材质，夜间背光开启后更清晰。根据年轻人和学生消费者的需求，三星提供了一些很特别的快捷键，例如键盘区的右Alt键被设计为中英文切换快捷键，顶部提供了自动关机和共享设置键、显示器底部则有可快速关闭屏幕的按键。键盘区上方两侧安装有JBL音箱



内存、硬盘等都位于底面的同一块盖板下，只需旋开一颗螺丝就能打开进行维护、升级。后部脚垫还可像键盘脚垫一样拨开，提升高度，让用户在桌面使用时获得更好的键盘角度

在测试时我们保留它随机提供的所有软件，但关闭诺顿的防火墙和病毒扫描，以免打断测试过程。

从测试结果看，这款产品的性能相当出色，特别是采用新型显卡，使其游戏性能表现不错，已可在标准分辨率下应对暗黑3、英雄联盟等热门3D网络游戏，JBL音箱出色的音频效果也可明显提升影音游戏效果。其电池可提供4小时以上的连续办公使用。它提供的软件管理器可让用户像手机、平板上的电子市场一样，轻松搜索、升级软件和驱动。



软件管理器



炫目度：★★★★☆
口水度：★★★★
性价比：★★★★

厂商： 三星（Samsung）
上市状态： 已上市
售价： 5299元
附件： 电源适配器、说明书等
客服电话： 800-810-5858（客服热线）
推荐用户： 大学生和年轻白领用户
相似产品： 清华同方钢铁侠、戴尔Inspiron灵越14R等

主要配置	
项目	参数
处理器	英特尔智能酷睿二代 i3-2350M@2.3GHz
内存	1×4GB DDR3 1333
显示屏	14英寸LED显示器（分辨率1366×768）
硬盘	500GB 5400rpm
显卡	NVIDIA GeForce GT 650M（显存2GB）
无线连接	802.11b/g/n及蓝牙无线网络连接
光驱	DVD SuperMulti 双层刻录光驱
接口及扩展	2×USB 2.0，2×USB 3.0，1×千兆以太网，1×HDMI，1×VGA、1×耳机麦克风合一，多合一读卡器
输入设备	全尺寸键盘，多点触摸板
摄像头	130万像素摄像头
尺寸	334mm×236mm×31.4mm
重量	2.21kg，旅行重量2.66kg
操作系统	64位Windows 7家庭标准版+SP1

测试成绩表		
项目	子项	得分
PCMark 7	PCMark	1206
PCMark Vantage	PCMark	3082
3DMark Vantage（Performance）	总分	P7153
	GPU	7520
3DMark 11（Performance）	总分	P1812
生化危机5（1366×768）	最高画质	51.2fps

总结：

Q470是绚丽时尚与实用设计的结合体，特别适合校园、宿舍这样的环境。很多特别的设计，相信会让大学生和职场新人们在使用时感觉更为轻松。

无需等待
雷克沙JumpDrive Triton USB 3.0 U盘

■晶合实验室 魔之左手

USB 3.0已经是目前中端甚至低端电脑的标准配置，其超高的带宽非常适合传输各种大容量文件，例如高清影片、商业文件等，雷克沙最近推出的JumpDrive Triton USB 3.0 U盘就是这样一款高速大容量存储设备。

JumpDrive Triton采用流线型设计，银色金属和黑色钢琴漆材质结合的壳体圆润又大气，而体积只有成人拇指大小，厚度仅有10mm。它采用伸缩式USB接口，不使用时可缩减体积，也保护了接口，金属后盖上有很大的系绳孔。这款U盘支持Mac OS和Windows 7操作系统，有16GB、32GB、64GB三种容量，我们的样品为32GB型号，重量25克。

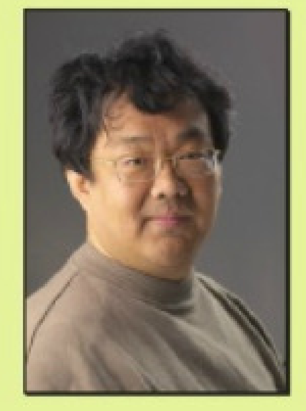

金属壳体有助于散热

我们采用技嘉A75-UD4H主板和AMD A8-3850处理器，连接原生USB 3.0接口。在ATTO Disk Benchmark测试和实际文件读写测试中，都获得了160MB/s以上的最高写入速度和180MB/s的最高读取速度，已经超过了标称的150～155MB/s，也超过了很多机械硬盘甚至固态硬盘的速度。以这一速度，我们可在3分20秒内装满32GB容量，或者每秒传输30～40首MP3、5秒内传输一部650MB左右的常见RMVB视频、45秒传输一部7GB左右的720p高清电影。

雷克沙为这款U盘提供了终身质保服务，并在实验室中进行了大量测试，可充分保证其兼容性。



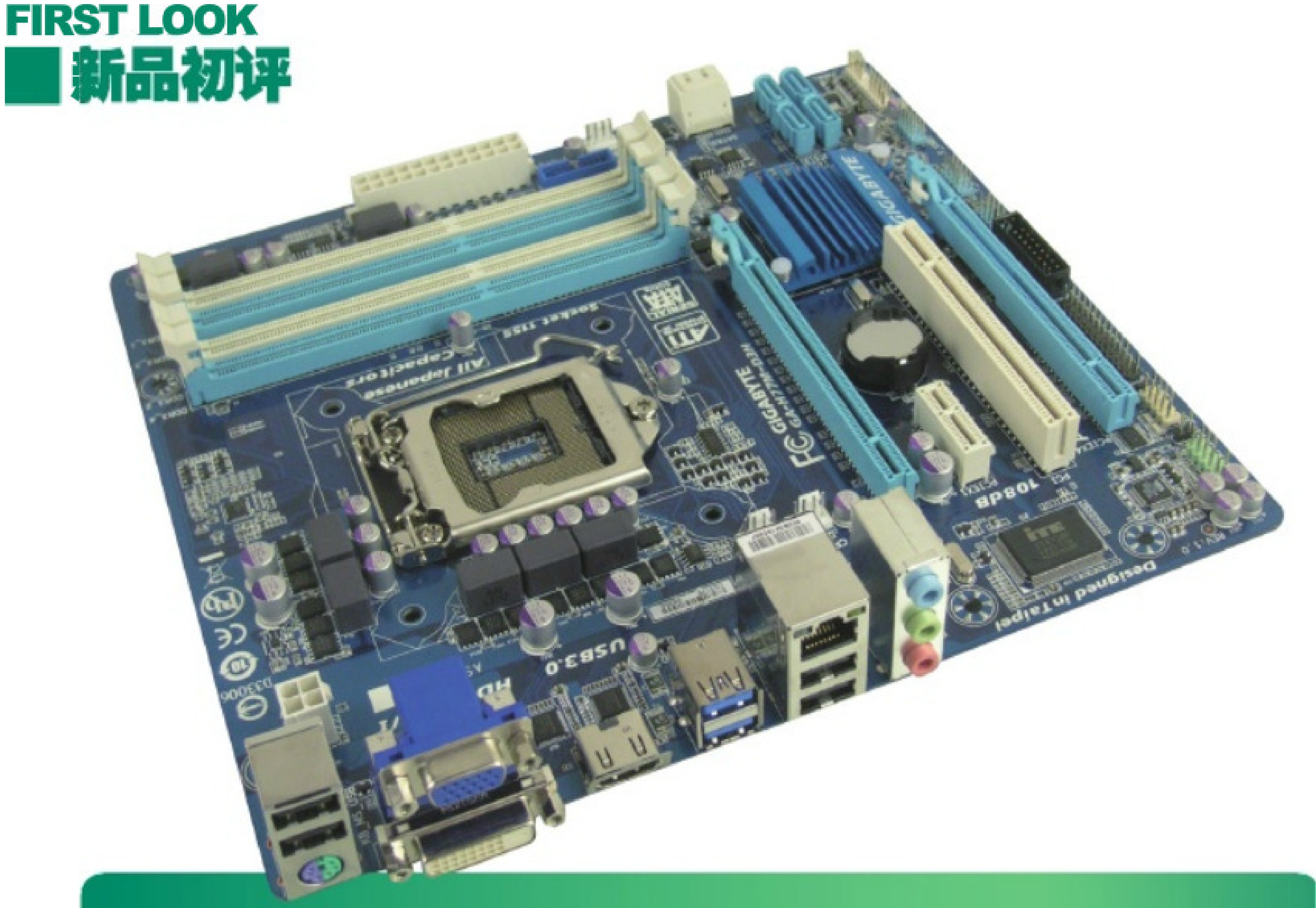




这是一款非常适合携带和交换大容量文件的U盘，可充分发挥USB 3.0接口的能力。

炫目度：★★★★
口水度：★★★★★
性价比：不详

厂商： 雷克沙（Lexar）
上市状态： 即将上市
售价： 未知
附件： 无
咨询电话： 021-6103-3321（中国办事处）
推荐用户： 商务用户，高清影音娱乐用户
相似产品： Kingmax ED-01、飚王SFD 201等



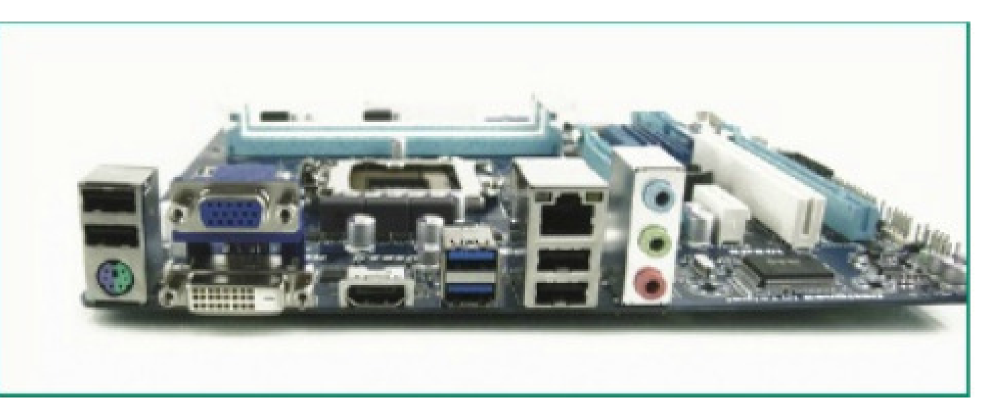
中端主板新定义
技嘉H77M-D3H主板

■晶合实验室 魔之左手

尽管第三代智能酷睿处理器完全可使用6系列芯片组，但为了推动各种新技术的普及，英特尔还是为它们准备了新一代的7系列芯片组。在7系列芯片组中取消了不支持视频输出的P型，但扩充了偏向商用的B和Q型，因此功能划分又一次变得复杂起来，面向主流消费者的主板，就至少有Z77和Z75、H77三种芯片组配置，从下表可以看出，支持超频和智能响应技术，但不支持双PCI-E ×16显卡接口的H77主要面向关心性能，但又并非游戏发烧友的用户。

项目	H77	Z77	Z75
超频能力	×	√	√
内存规格	DDR3 1600		
SATA2/SATA3接口	6/2		
智能响应技术SRT	√	√	×
PCI-E通道	1×16	1×16、2×8或1×8+2×4	1×16或2×8
USB2.0/3.0接口	14/4		

技嘉推出的H77M-D3H主板是一款相当典型的H77芯片组产品，型号上可以看出，这款主板采用了Micro ATX板型，这样不仅降低了成本，而且应用的适应性更强，对体积比较敏感的用户也可将其装到小机箱中使用。H77M-D3H在扩展性上并没有明显缩减，板载4条DDR3内存插槽、6个SATA接口、一条PCI插槽和一条PCI-E ×1插槽，它还通过芯片组提供的PCI-E ×4通道增加了一条显卡插槽，可支持双显卡交火。其背部I/O接口包括了4个USB 2.0和2个USB 3.0插槽，以及VGA、DVI、HDMI视频输出接口，另外还可通过板上扩展针脚引出8个USB接口和打印接口等。更重要的是，在小板上集成了大量插槽、接口后，却在处理器周围留下了比较大的空间，可以很方便地安装较大型的散热器。



背部接口包括多个视频输出接口

在新一代主板中，技嘉开始应用3D BIOS，它以技嘉UEFI DualBIOS技术为基础，图形化界面让用户的操作更直观，习惯旧界面的用户也可切换到文字界面。UEFI DualBIOS原生支持3TB大容量硬盘（需开启UEFI模式，安装64位操作系统），并可截图保存到U盘中，分享或求助更方便。



图形化的BIOS设置界面

H77M-D3H采用技嘉第四代超耐久设计，新的电路板材料使纤维束层更薄，因此减少了水分的吸收量，电路板被腐蚀的速度和短路的危险性都降低了。它内置的IC芯片可防止供电突波和静电、雷击的伤害，DualBIOS技术则会自动修复因跳电所造成的BIOS损坏或更新失败。技嘉配置的全日系固态电容不但可以降低主板的温度，更具有较好的耐高温效果。

这款产品还支持带宽更大的PCI-E 3.0总线、可快速唤醒系统的Intel Rapid Start技术、休眠时接收邮件和社交网络信息的Smart Connect技术等。技嘉还提供了EZ Setup工具软件，用户可利用它快速方便的配置这些特殊技术，甚至还可不重装系统就快速增配SSD并应用智能响应技术。

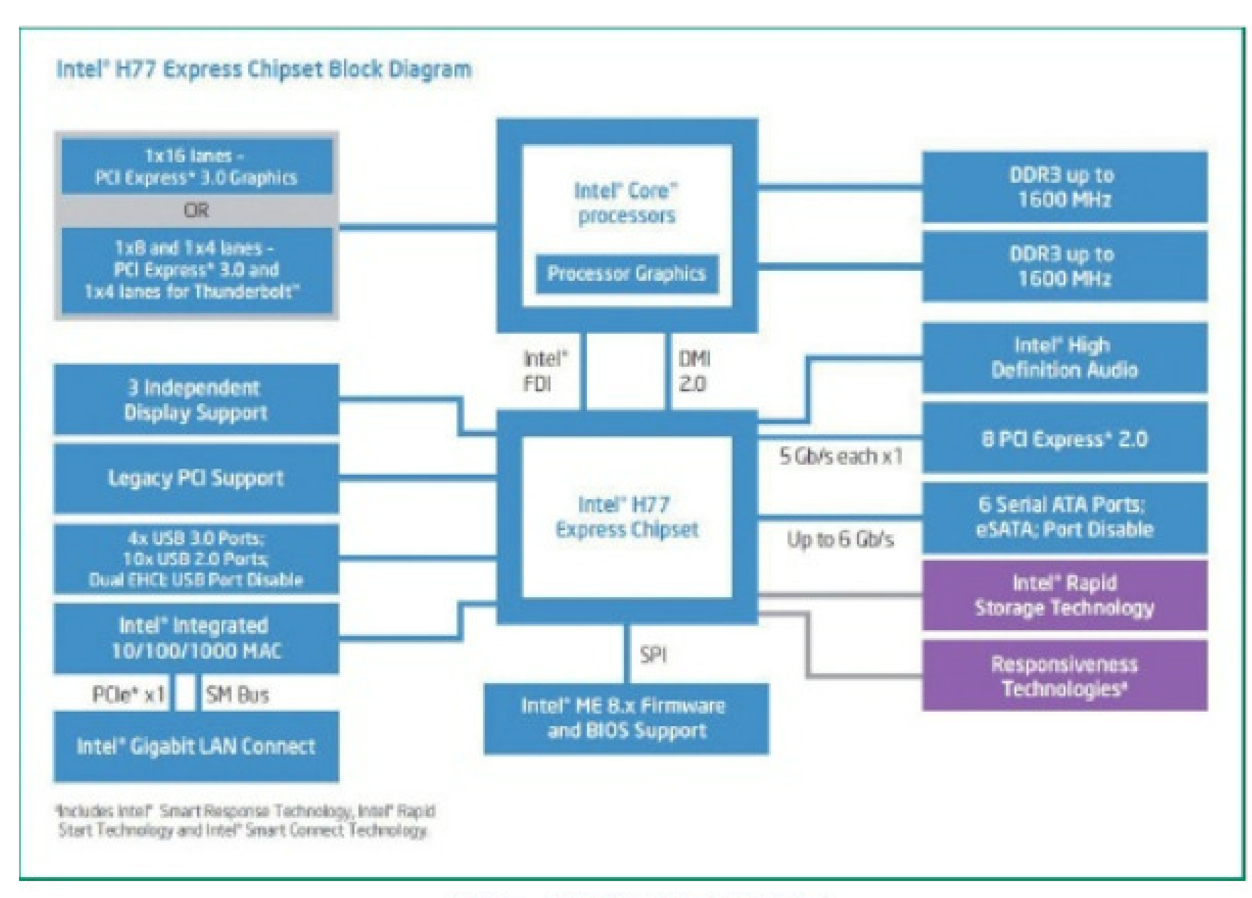




这是一款适合主流用户的主板，技嘉和英特尔的各种新技术，使其非常适合搭配第三代智能酷睿i5或i7，充分发挥它们的强大性能。

炫目度：★★★☆
口水度：★★★★☆
性价比：★★★★☆

厂商： 技嘉（GIGABYTE）
上市状态： 已上市
售价： 799元
附件： 数据连线、说明书、驱动光盘等
咨询电话： 800-820-0926（售前售后服务）
推荐用户： 中端影音娱乐用户，办公、商业用户
相似产品： 华硕P8H77-M LE、微星ZH77A-G43等



H77主板架构图示意图

H77M-D3H还拥有USB 3倍力电源供应、On/Off Charge关机充电、LAN Optimizer智能型网络带宽优化管理等功能，使其成为非常出色的数码设备支持中心。

在性能测试中，我们采用英特尔酷睿i7-3770K处理器，安装2GB Kingmax DDR3 2200内存×2（设置为1600MHz）、希捷Barracuda 3TB硬盘。操作系统为64位Windows 7简体中文旗舰版，安装技嘉最新驱动。

测试项目	项目（设置）	得分
PCMark 7	总分	3880
PCMark Vantage	总分	12242
Windows 7 体验指数	处理器	7.7
	内存	5.9
	图形	6.5
	游戏图形	6.5
wPrime	多线程 1024M	325.79秒
Fritz Chess Benchmark	8线程	13692千步/秒
3DMark 11	Entry总分	E1466
3DMark Vantage	Performance总分	P4055
街霸4	最高设置 1280×720	56.65ps

在测试中这款产品相当稳定，我们采用的主流4GB内存则在某些项目中限制了性能发挥，另外长时间高强度测试后主板芯片散热器温度较高，在实际使用中应尽量配置8GB内存，并增强主板芯片组散热。P

闪速海量
Kingmax 1TB固态硬盘

■晶合实验室 魔之左手

固态硬盘（Solid State Drive，SSD）尽管速度、功耗、噪声以至防护能力都很出色，但却一直和“海量”这一硬盘常用的形容词无缘，也是和机械硬盘相比最大的弱项。虽然近期出现了一些大容量产品，常常是面向商业用途，不仅价格惊人，而且常常采用板卡方式，便于服务器等扩展，但并不适合普通消费者。不过近期多个品牌都开始推出最高容量达到TB级别的SSD，例如我们得到的Kingmax KM2C，让“海量”SSD终于可以走近普通消费者。

Kingmax KM2C采用标准的SATA2 3Gb/s传输接口，容量从32GB到1TB。它支持原生指令排序（Native Command Queuing，NCQ），可将档案数据存取顺序作最有效率的排序，提升效率；在Windows 7系统下还可支持TRIM指令，提升系统效能、加强SSD传输速度；另外它还拥有自动错误校正（Error Correction Code, ECC）与全区平均抹写（Global Wear Leveling）功能。

这款产品也拥有SSD的传统优势，采用2.5英寸标准外形，重量仅有73g，运行中没有任何噪声，功耗和发热量都相当低，抗震能力达到远胜机械硬盘的1500G。它还提供了可转接到标准3.5英寸扩展位的转接支架。

我们的测试平台为技嘉A75M-UD3H主板，安装A8-3850 APU和Kingmax DDR3 2200内存2GB×2，主硬盘为希捷Barracuda 3TB，安装Windows 7中文旗舰版+SP1及相应驱动，测试连接主板上的原生SATA3接口。

在软件测试中这款硬盘的文件最高读写速度分别达到228.9MB/s和197.1MB/s，读取速度已接近一些SATA3接口产品，写入速度也相当不错。P





这是一款完全可取代大容量机械硬盘的产品，让高端笔记本电脑或台式机弥补存储系统这一最后的瓶颈。

炫目度：★★★
口水度：★★★★★
性价比：不详

厂商： 胜创科技（Kingmax）
上市状态： 即将上市
售价： 不详
附件： 连接线、3.5英寸转接盒等
咨询电话： 800-830-9257（闪存客服中心）
推荐用户： 高端笔记本和娱乐用户
相似产品： OCZ、美光、三星品牌大容量SSD

迈向战国

——中国智能手机市场的新篇章



■本刊编辑部 英格玛、辰烽、Sting

我认为他是这个时代的伟人，他的光芒罩住了所有明星。他就是好莱坞大片。风云变幻，他始终在那里。他经过离开苹果的12年，1985年离开，1997年回来，12年的历练，当他重新回来的时候，依然熠熠发光。这个东西真的是没招。就连比尔·盖茨，他90年代初成为时代巨星的时候就说过：我不过是乔布斯第二。

但乔布斯有一天也会死，所以我们还有机会。我们生存的意义就是等待着他挂掉。

——雷军，小米科技CEO

不知不觉间，2012这个醒目的年份已经结束近一半的进程。在刚刚过去的6个月中，我们在互联网上见过了太多光怪陆离的事件：从“方韩大战”到国内互联网用户账号密码大规模泄露案件，从大红大紫的《科尼2012》到“掷出窗外”食品安全网站，从学术圈到娱乐圈再到IT业界，五花八门的新闻话题无时不刻不在冲击我们的眼球与神经。和以往不同的是，在这半年中，每当一起事件逐渐尘埃落定开始从公众视野中淡出，每当看客们准备将刚刚落幕的闹剧纳入自己的“年度互联网大事件”收藏夹时，总会有另一桩更令人瞠目结舌的突发新闻冲进来，势不可挡地刷新经历见闻新纪录。毫无疑问，2012年注定会是一个充满变革色彩的年份，作为亲历者的我们除了保持“此时此刻万事皆有可能”的心态并将之前大部分“2012年潮流事件大预言”一类的报告弃之脑后之外，似乎并没有什么更理智的备用行动指南可供参考。不过，在彻底放弃手边所有的预测资料之前，倘若你曾经留意过《大众软件》2012年2月上“专栏评述”栏目中的《2012十大无责任预言》这篇文章，你肯定会在发现其中一条预言已经成为现实——那就是“国内手机市场竞争进入白热化阶段，互联网大鳄开始角逐这篇新大陆”。

悄然升起的烽烟：
那些角逐智能手机市场的国内互联网大鳄

“现在每个人都想拥有高性能的智能手机，高富帅白富美人手一iPhone，难道×丝只能买便宜低档货？360作为一个开放平台自己不做手机，但我们决定和国际国内厂商合作，推出多款360用户特供机，希望伙伴基本是零利润把高配置智能手机

特供给360用户，大家希望第一款什么牌子什么配置什么价格呢？听大家的建议”——2012年5月4日22点45分，国内著名PC安全软件厂商360公司首席用户体验官周鸿祎发出这样一条微博，明确无误地向广大国内网民传达了“360即将进军智能手机产业”的信息。然而事实上，周鸿祎的这条宣言与其说是预告了“一个即将开启的新世代”，还不如说是标志着“国内智能手机战国时代烽烟再起”——这场属于中国互联网大鳄的商业战争，其实早在半年前就已拉开序幕。

2011年12月20日，占据着国内搜索引擎头号交椅的百度正式宣布了一款搭载了“百度·易平台”的智能手机——戴尔D43。虽然高昂的售价使得这款先驱产品没能在公众舆论中引发激烈的反响，但百度“进军手机业”的计划并未因此宣告中止。2012年5月10日，出师不利的百度宣布将与长虹公司携手推出第二款智能手机——被称为“百度云手机”的长虹H5018。尽管这款产品在本质上依然属于贴牌机种，并且在配置方面也没有什么出众之处，但凭借着低廉的价格以及“百度出品”的名号，依然引起了不少媒体与用户的关注。与此同时，就在这短短的两个季度中，越来越多的国内互联网知名企业和人物开始在这片并非蓝海的产业圈内进一步划分势力：2012年4月9日，被命名为“大黄蜂”的新一代阿里云手机正式开放预售。和“百度云手机”类似，这款利用天语W806手机平台搭载阿里云OS 2012系统的机种在上市售价和硬件配置方面并无显著优势，但“马云进军手机业推出的产品”同样成为了吸引眼球的醒目招牌。势态发展至此，再有什么五花八门的选手参与这场产业圈地混战似乎都已是情理之中，至少在看到采用安卓系统的盛大Bambook手机正式上市时，更多围观者的看法都是“陈天桥终于走出了这一步棋”而不是无谓的惊叹。然而就在此时，一个意料之外登场的竞争者再次刷新了围观公众的认知眼界：2012年4月8日，向来以“语不惊人死不休”闻名互联网的“罗老师”罗永浩发表了一条简短的微博消息：“‘楞头愣脑，欲望强烈’。我的版本。下周就要注册一个新公司开始做手机了，每天都活在兴奋中……”虽然与罗永浩一贯的发言相比，这条微博未免显得平淡无奇，但就在次日，老罗的另一条微博让所有关注事件发展的围观者看清楚了他的态度：“……用户体验、审美、营销推广、恋物、完美主义倾向这五项我都不输乔布斯，只差了一个现实扭曲场，但我人格力量远胜，加上这个行业全是土鳖和笨蛋，不骄傲地说，胜算很大。”总之，在这个幕布刚刚拉开、演员尚未就位的开场回合，一位又一位摩拳擦掌的竞争者已经迫不及待地亮出了自己的第一手底牌，国内智能手机业界就在这样一片炽热的气氛中进入了真正的战国时代。

从商业竞争的角度来看，如此激烈的序幕似乎预示着一场精彩绝伦的好戏即将开演，然而，智能手机业界如今的局势究竟是何种状态呢？面对这片已经弥漫着浓重硝烟的战场，新选手们又有多少胜算呢？



360进军智能手机市场，战国还会远吗？

百度进入智能手机业界的第一款机型——戴尔D43，高昂的价位是它最明显的软肋

天语W806的营销页面效果不错，符合国内电子商务公司一贯的宣传水准

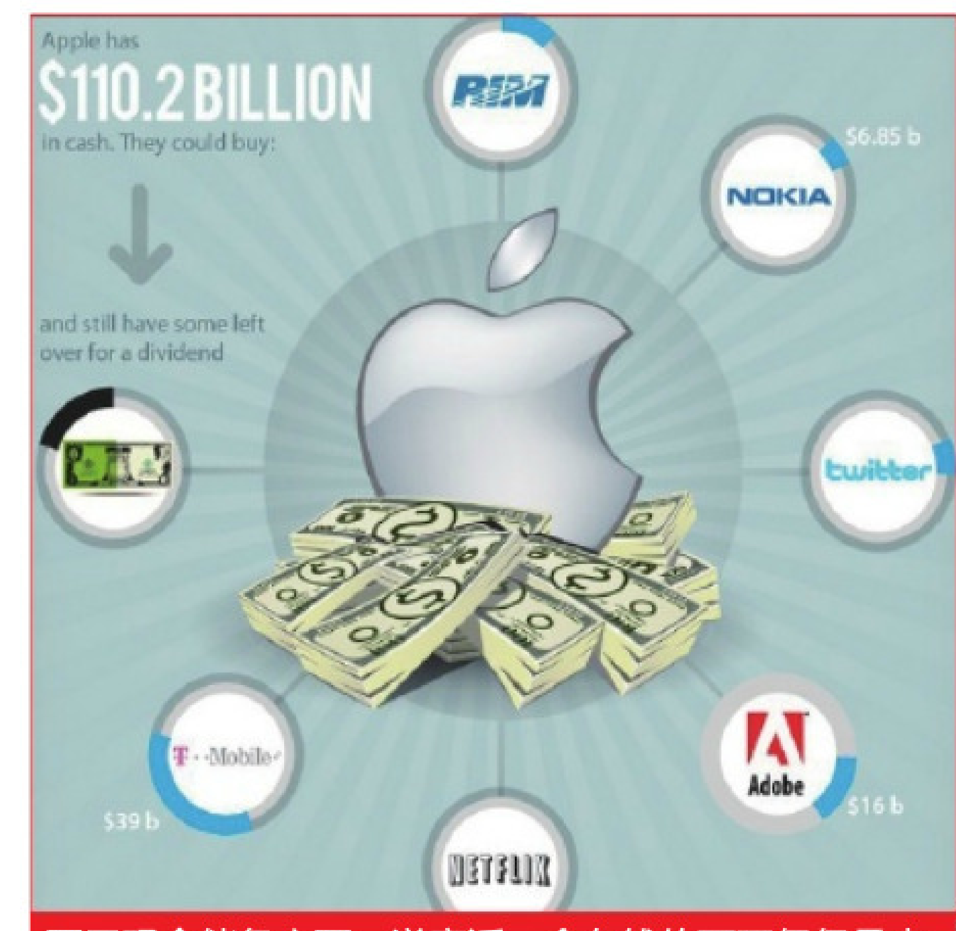
不动如山：那些决定游戏规则的怪物品牌

从雷军到周鸿祎再到罗永浩，大多数跃跃欲试想要投身智能手机行业的新人都对苹果抱持着特别的态度：一方面，他们将这个几乎是乔布斯一手扶持的传奇品牌视作最大的竞争对手；另一方面，iPhone和iPad同样也是这些当事者青睐的设备——只要留意他们的微博脚注就不难发觉这个事实。无论如何，正式开始挑战之前主动去了解对手的实力肯定是明智的策略——在如今这个“了不起的乔帮主”已经驾鹤西去的时代，那颗神奇的苹果到底还拥有多少资本呢？要想直观地回答这个问题，冗长繁琐的数据报表肯定不是理智的选择，不过幸运的是，最近就有一份来自国外类比搜索网站Sortable.com的信息图给出了我们更清晰的答复，一起来看：

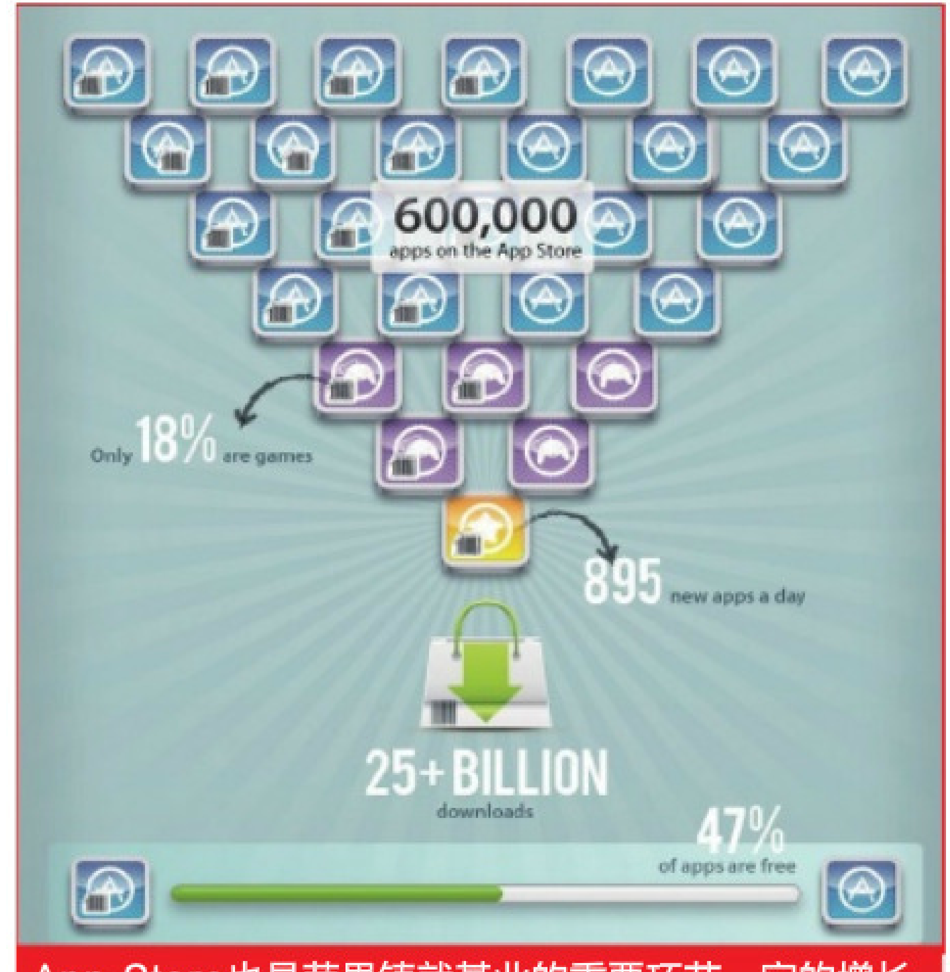
根据这张信息图记录的内容，在过去的12个月中，苹果公司在全球一共获得了1420亿美元的总营收，倘若换算成更加直



堪比新西兰GDP的营收总额，外加出乎华尔街预料的利润增长幅度——这就是苹果公司的经营实力



至于现金储备方面，说实话，会存钱的可不仅仅是来自日本的守财奴企业



App Store也是苹果铸就基业的重要环节，它的增长态势同样值得所有同业者研究重视

观的类比，那么这个数字基本上等同于新西兰同时期的国内生产总值；在2012年的第一个季度中，苹果的财季净利润增幅高达94%，同时，在过去的17个季度中，这家公司共有16个季度的利润增长幅度超过了华尔街的预期；至于现金储备方面，苹果目前的账目上拥有高达1102亿美元的现金资本，利用这些资金可以轻而易举地买下黑莓手机的制造商加拿大RIM公司（市值135.9亿美元）、老牌传统手机大厂诺基亚公司（市值68.5亿美元）、社交网络巨头Twitter（市值80亿美元）、著名图像处理软件开发商Adobe公司（市值160亿美元）、美国最大的在线DVD租赁商NETFLIX公司（市值46亿美元）以及T-Mobile公司（美国第四大移动运营商，市值390亿美元），而且在结束这一圈收购之后，苹果公司的账目上还能剩下220亿美元的资本可供分红——如果上面这些数字依然无法让你产生直观认识的话，这里还有一个更加鲜明的例子：素来以精打细算闻名业内的日本任天堂公司目前拥有一笔号称“每年亏损600亿日元照样能坚持到2025年”的现金资产，这些资金的总额又是多少呢？大约8128亿日元，换算一下差不多就是105亿美元，基本上等同于苹果公司现金储备总量的十分之一。

当然，对于一家科技企业来说，守财奴式的资本经营报表并不能直接体现出公司真正的竞争实力。那么，在技术领域苹果公司的表现又如何呢？到目前为止，苹果已经在全球100个国家地区售出了3.65亿台iOS设备，仅仅在在美国就有30%的智能手机用户拥有一台iPhone；而在App Store上已经拥有了超过600 000款应用，并且这个数字还在以895款/天的效率稳步增长，目前已经获得了超过250亿次的总下载量。至于用户的实际体验，相信绝大多数使用过iOS移动设备的朋友都清楚：尽管算不上无懈可击，但无论是安卓还是微软，要想在这方面击败苹果还有很长的路要走。

为什么苹果会成为移动智能设备业界最大的赢家？答案恐怕大家都清楚：这家公司不仅创造出了优秀的硬件设备和软件系统将获取利润的热点牢牢地握在自己手中，更是凭借着出色的操作感受俘获了用户的忠诚。除此之外，如果我们回顾一下从非智能到智能化手机的发展历程，很容易便能发现另一项醒目的事实：在刚刚消退的非智能手机发展浪潮中，翻盖、直板与侧滑等机型曾经展开过激烈的竞争，各大机型之中更不乏造型设计标新立异、功能卖点出奇制胜的产品；然而进入智能机时代之后，面对市面上热销的主流手机，我们看到的是长宽尺寸与肥皂相仿、机身造型千篇一律的大屏幕触摸控制手持设备，少数拥有全键盘的机种也在触摸屏设备的不断侵蚀下节节败退——早在2012年4月，HTC公司的创意总监Claude Zellwege就声称要逐步放弃物理键盘，将未来的开发重点转移到触摸设备上面。在不到10年的时间内，手持设备的进化趋势就产生了如此鲜明的同质化现象，而推动这种潮流发展的关键又是什么？没错，正是来自苹果的iPhone。

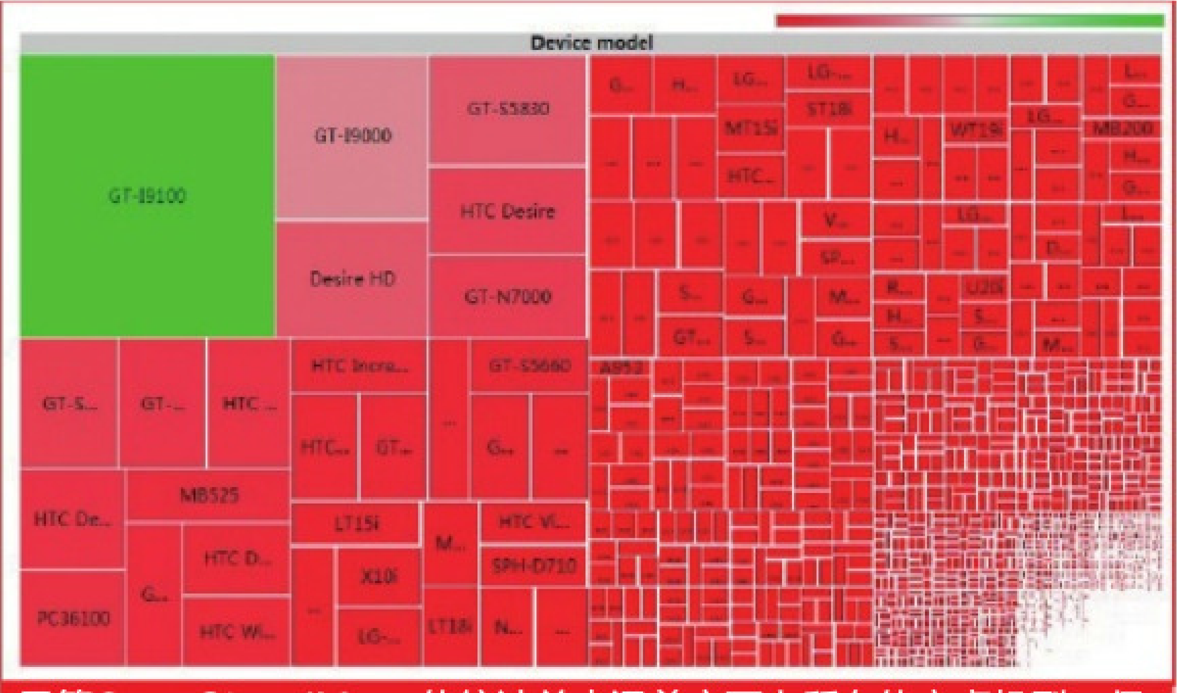
显而易见，在利用优秀的产品抢占市场先机并且改变了跟风者的游戏规则之后，苹果公司自成一体的软硬件系统成为了所有同行心生羡慕却又无法模仿的商业特例——如今的智能手机行业早已脱离了市场拓荒时期的圈地阶段，晚来一步的选手只能遵守约定俗成的套路参与商业竞争，这种“先到先得先定规则”的游戏模式在所有行业中都是不变的。面对苹果这个仿佛万夫莫敌的对手，后进的竞争者明智的选择无疑便是“避其锋芒，另寻出路”，于是，思路自然而然地转移到了目前依然是开放源代码的安卓平台之上。然而，这种“东方不亮西方亮”的想法是否靠谱答案恐怕也不乐观。不久前，一家名叫OpenSignalMaps的创业公司公布了一项调查数据：该公司推出了一款附带数据标记功能的安卓系统监测应用，经过为期6个月的散布推广之后，这款应用在全世界195个国家的681 900台安卓平台设备上得到了安装。最终，信息取样的结果告诉了我们这些数字：在这接近70万部采用了安卓系统的设备中，总共标记辨识出了3997款机型；从设备的相对数量来看，三星制造的GalaxyS Ⅱ变成了最大的赢家——上述681 900台设备中，此款手机独占鳌头，获得了高达61 389台的装机量份额。尽管这个统计仅仅是从“管中窥豹”的视角显示了安卓平台当今的发展状态，但隐藏在这些泾渭分明的色块背后的含义已经是不言

自明：从2008年9月推出第一版开始，仅仅经历了不到4年的发展，安卓系统这片标榜着“开放、自由”的乌托邦已经被无数大大小小的厂商划分出了动态平衡的疆域版块。机型平台分化早已成为了不可扭转的定居，在这个领域中同样存在横据一方的霸主企业，区别仅仅在于这些大鳄暂时还无法脱变成为真正的托拉斯而已。虽然从行业规则的角度来看，这种四分五裂但并未彻底形成定数的格局多少还给后起之秀留下了站住脚跟的余地，但事实正如创新工场CEO李开复在微博中留下的发言一样——“用Android打造封闭iPhone式高利润封闭产业链是不现实的”。对于投身安卓平台的智能手机厂商来说，不仅开发上市的产品要面对同类机型的直接竞争，特色化的服务应用倘若无法被其它安卓平台顺利安装使用，那么唯一的下场就是被功能相似且适用机型更广的产品取而代之，最终导致这种“大圈子里画地为牢的小众机型”彻底被市场淘汰。最终，摆在国内传统互联网巨头兼智能手机产业新选手面前的就是这样一条路：向左看，苹果公司坚不可摧的商业壁垒依然屹立在所有厂商面前；向右看，安卓市场的海面早已被无数先行一步的厂商互相厮杀留下的血迹染成了一片腥红；摆在面前的，是由自家原有产业与个人声望培养的拥护者铺垫出的一条羊肠小道，在这条小路上又能前进多久？没人知道答案。但是，只要开创出这片局面的苹果公司与开发出安卓系统的Google不改变自己的商业策略，这种残酷的竞争格局就难以质变。

根据专业信息社会化分享网站HighTable给出的报告，预期到2015年，移动互联网的用户总数将达到20亿，同年，移动互联网广告市场的价值将提升到50亿美元的规模。毫无疑问，在IT产业的下一个十年中，移动网络平台将成为崭新的热点，所有目光长远的公司厂商都清楚这个事实。但是，如何正确合理地在这片新沃土中开拓出属于自己的基业，就难以如此清楚。至少在今天，在浏览过一条又一条国内网络大鳄投身智能手机开发业的新闻之后，从相关的后续报道中我们看到的是一则又一则“向现实妥协”与“兵马未动嘴炮先行”的消息：夸下海口的罗永浩在“完全不认同雷军的方向”并体验过融资失败的经历之后，开始改变方针从“软”做起——先开发定制ROM，在智能手机用户群体中积累人望，等到时机成熟后再来开展后续步骤，这种思路实质上与小米手机的“MIUI先行”策略如出一辙；刚刚宣布机型的360特供手机尚未上市，炒作的热点就被人为转移到了“360手机与小米手机孰优孰劣”之上，并且在极短的时间内就吸引了国内互联网业界的另一条大鳄腾讯的关注和参与，舆论的重心已经转移到了毫无意义的骂战之上；刚刚通过“先软后硬”路数为自家产品铺下基石的小米手机在第一桶金尚未填满的时候，就已经被“活动未开始已经写好隐藏代码，33秒订购完毕”的营销门事件拖入了纷争与质疑的漩涡中央。说实话，这种“嘴炮开路”的营销策略在如今的国内互联网业界并不少见，某种程度上也确实可以取得一定的宣传效果，但是，对于智能手机市场这个注定要面临艰苦挑战的业界来说，如此浮躁的序章又意味着什么呢？

说一千道一万，面对一片混沌的前景，刚刚步入战国时代的国产智能手机究竟会何去何从？在本期专题的最后，我们选择了两种看似截然不同的个人观点作为结论，由各位读者来自行判定。


如今市面上流行的手机不管品牌价位如何变化，基本造型依然改变不大



尽管OpenSignalMaps的统计并未涵盖市面上所有的安卓机型，但从抽样调查的角度来看仍有不少参考价值



安卓平台虽然没有iPhone这种垄断一方的霸主，但内部竞争的烈度同样无法让人乐观

观点A

大家访问www.xiaomi.com/index.html

此时时间为5月18日9：31分

```
<a href="http://bbs.xiaomi.cn/thread-3609806-1-1.htm
="conlinks" target="_blank">预订资格查询</a> -->
<!-- <h2>
    15万台小米手机青春版<br />
    已在00分33秒预订完毕
</h2>
<div style="font-size:16px;">
    现在您可以进行排队，<br />
```

点击查看源代码，发现……

<!--

懂代码的人都知道这是什么代码

已在00分33秒预定完毕？

小米手机又一轮的营销方法？

尽管遭遇了“营销门”事件，但凭借合约机的推广渠道，小米手机月销50万的目标并非遥不可及

在本刊今年2月上的《2012十大无责任预言》专题里，第一个预言就是“小米魅族树旗帜，山寨手机卷风云”。“小米在2011年所掀起的新一轮国产智能手机的热潮，具有强烈的示范作用；特别是联发科新一代平台的发布，对于原本生产山寨手机的厂商来说，简直是在弹尽粮绝之时看到了救兵，凭着去年生产山寨本的生产技术经验，2012年全世界都会看到，当年风光无限的中国山寨机又回来啦！”

果然，不到半年的时间，本来国内还只有小米、魅族等几家试水的智能手机行业，已经吸引了盛大、360等各路网络大佬。出现这种情况的原因非常简单：一是有利可图，二是看中了无限互联这个市场提前跑马占圈。不过，这种一窝蜂的投入，其实绝大多数都未必可以取得预期的结果。

先说盈利。几乎每一个投身进来的企业都号称“不差钱”“不追求盈利”，为的就是“要把最低价格最好品质的手机送给消费者”“一切为了网民”等等，基本看上去就像是在做慈善事业。其实完全不必把自己打扮得如此高尚，做企业就是为了赚钱，天经地义，只要有底线能拿出良心产品，大家就会认可。苹果、三星和HTC谁也没有搞这种宣传，一样卖得风生水起，口碑也不比我们这些“慈善”企业差。互联网时代的信息高度透明，一款手机的成本其实人人心知肚明，苹果的iPhone4不过在千元左右，虽说苹果压价狠，但选件品质最高也是不争的事实，您挣着20～30%的毛利还说自己赔本赚吆喝就显得不那么厚道了。不过近期各路好汉齐齐杀入，特别是盛大、360这些狠角色的登场，再想保持较高的利润率确实不再是容易的事情——上有这些资金充裕的大佬打压，下有遍地烽烟的山寨小厂大打价格战，那些希望靠卖手机挣钱的传统套路可能在下半年将很难实现了，从今年6月开始到年底这段时间安卓手机的价格将会一路狂跌。

再说希望通过推出自有品牌手机进而占据移动互联桌面，实现跑马占圈这个路子。其实这个路子早就有人在做，从山寨手机的吸费陷阱，到腾讯的华强北刷机，其本质都是一样的——先期把持硬件，进而占领软件。按说这个思路也算不错，打个比方就是自己建所房子，然后便宜地租给住户，不过条件是必须在室内的墙壁上刷满自己的广告。虽然有个别讨厌的住户会自己动手在墙上挂照片遮挡广告（取得ROOT权限）或彻底装修（刷机），不过这样的用户毕竟不是很多，不少人也就认了。不过这套在中国并不一定行得通，因为房子固然是你的，但土地确并不属于你。手机固然很好，但运营商却具有决定权。就算360这样靠免费出头的企业，也不可能大方到免费送的程度。都说满街水果，其实真正的原因还是水果经销商免费奉送居功至伟，合约机的数量具有绝对的统治地位。虽然没能找到全国范围内合约机和裸机销售比例，但根据今年1月初《证券日报》的报道：“与苹果公司只销售裸机、联通只售合约机型不同的是，苏宁电器则是裸机和合约机齐售。该负责人告诉记者……正常情况下，裸机和合约机的销售比例大概分别为20%和80%。”这边小米的林斌对媒体憧憬，若年销量到达500万台将穿内衣狂奔，那边“网友曝小米手机营销内幕，质疑其销量造假”的新闻言之凿凿。但是凭借联通高额补助的很多合约机型（如联想A60等），月销50万不仅可以轻松完成而且还能保持低调的路数。

当年中关村乃至全国，从攒机商发展出来的贴牌机品牌可谓成千上万，如今除了联想、方正基本上都已经烟消云散。当年就没有发生过抢占桌面的战斗么？这些把握主机的品牌商为什么没赢得最后的胜利，包括联想在内，虽然赢得了硬件市场的份额，可当年重金打造的联想幸福之家现今还能有几个人记起？如果您还有兴趣，可以看看10年前本刊相关的报道。而国内PC机上的真正胜利者却是当年被人不齿，不被看好的异类——看看我们的PC，谁才是最终的赢家？是云林木风，是360，是企鹅。如今投身智能手机终端，并可求占领用户桌面的企业，其实应该从当年这段历史中总结些许经验，砸硬件也许不是唯一的选择，却可能是代价最高的选择。

观点B

手机一旦稳定成为承载服务的平台，其价格就会逐步降至成本，甚至低于成本销售。

在经历了“眼球经济”概念普及、国内共享软件免费化、腾讯依靠QQ平台一家独大、360将安全软件免费化并设计为平台、苹果在iPhone/iPad之上建立App Store帝国之后，这一结论听起来不算违和。依靠什么来赚钱，一直是制造厂商与服务提供商之间的博弈。早在上个世纪末笔者念大学的时候，因为期末考试需要大量复印资料，某位同学就提出免费帮同学复印，并在封面封底加印校外某IT卖场的宣传图文；虽然这一行为最后被老师制止，但关于平台制造成本与平台所提供服务之间的关系雏形，已非常明确。互联网厂商加入到手机行业，其用心路人皆知，显然他们不完全是看中手机自身的利润，而是会在其中加入服务性质的软件，企图后期能借其发力。因此，关注点最后落在两个方面：服务平台的价值到底有多高？手机的成本到底可以有多低？

让我们不妨暂时放下此话题，先从合约机说起。对于国人来说，合约机概念的大面积普及始于联通引入苹果iPhone。但在欧美等地区，此概念推行已久，相关的配套机制也非常成熟，例如使用信用卡签约付账的机制会让购机更为容易（用户一旦停止支付，信用卡公司即会通知手机厂商，在服务器端锁定该用户的手机），而不像国内签约必须一次性缴清签约话费、之后再逐月返回。因此，在美国出现零元签约手机的情况并不为过。2012年初，诺基亚在美国推广Lumia品牌，就与运营商T-Mobile共同发售了零元合约的Lumia 710，只要用户新签约两年的T-Mobile服务，就可免费获得该手机一台。当然，在中国联通的iPhone签约价目表中，较贵套餐、较长期限的合约机，也相当于实现了变相零元购机（用户仍需一次性缴清购机款+预存话费）。回到之前关于服务和平台的讨论来看，如果把随手机携带的无线通讯功能当作单独的“服务”，手机作为这项服务的平台，其平台的价值就可以按话费来衡量。通过与运营商的合作与利润分成，即使以低价格售出，仍不乏利润回收空间。

更不用说其上还有更多基于无线通讯、更高级的服务。腾讯依靠QQ所建立起来的庞大帝国有目共睹，用户的免费进入与数量积累形成的优势，令其在第二块屏幕——电脑屏幕——上取得了巨大成功，无论其上的服务是原创还是山寨，终端用户数之巨大已产生无视一切的决定性作用。那么，第三块屏幕——手机屏幕——的时代，谁会是新的赢家？给出第一个答案的是苹果，每一台售出的iPhone，都成为App Store的一个自然客户端，iPhone及其上销售的软件，同时为苹果积累了真金白银。这一战场上，取胜的关键当然跟“屏幕”自身密切相关，iPhone的质量有口皆碑。不过相比QQ这种通讯类软件平台，手机平台目前尚未形成用户绑定效应，不会出现因朋友使用某个品牌的手机，你也必须同时使用的情况。鉴于其上服务的垄断性还远未出现，借助手机终端成为这片蓝海中的弄潮儿，成为国内手机乱战最重要的驱动力。

反问手机自身的价格到底可以有多低？iPhone机的成本曾数度被热烈讨论，专家们认定每台iPhone机器的毛利润率在55%左右，但或许我们可以认定，作为时代的标志，iPhone的时尚领先设计、以及其上的营销策略创新，值得上这份利润。国内一时涌现的新手机均为Android型号，由于模板的存在，其设计与创新成本相对低廉。以360目前放出的消息来看，双核CPU、4寸以上高清屏、1G以上内存的特供机将会定价1499元，而针对学生还可能推出较低配置的千元手机。据周鸿祎预计，每台成本千元左右的机器能赚500～800元左右，他指出，由于传统手机销售模式的中间渠道商会分走40%的利润，而360利用电子商务的方式用互联网在线卖手机则可以节省成本。总之，如果从成本来衡量手机降价的空间，这一空间尚有余地。



在国外，合约机已经成为了非常重要的推广手段，图为诺基亚推广的Lumia 710

那么，低成本与服务利润空间，在激烈的竞争格局下将引致什么样的局面？答案要看各位互联网大鳄将如何以手机为核心，整合、理顺自己的各种资源、渠道与创意。整合的速度与顺畅度将直接决定手机价格的高低，当服务可以挣到钱，或许有一天你就可以成本价甚至更低的价格拿到手机。从这一点来说，这场竞争对消费者益处颇多。

十几年前，照相馆生意红火，和家人、朋友一起翻看照片是最温情的时刻。

十几年后，手机功能越来越强，专业软件越来越多，人人都能成为摄影师。

然而，你可曾留意过—— 一张张数码照片存在手机中，成百上千，直到存储空间不足被删除。你翻看过几次？和别人分享过几次？又会跑去冲印店几次？

过去，照片记录你的生活；今天，它仍是你记忆的载体。那么，在便携与网络化的今天，不要再让照片孤单，学着去打扮它、分享它、收藏它、了解它。当许久之后再看到这些照片时会发现，它们已经成为你记忆中最宝贵的一部分。



照片不孤单
——个性图片处理与在线新应用

■策划 本刊编辑部

导读

多平台共舞，绽放个性色彩！
图片处理实用技术指南



2012年过去了一半，学生朋友们想必已经开始憧憬即将到来的暑假了吧！不过对于依然忙碌的上班族而言，在下次长假到来之前只好回顾一下过去，欣赏不久前游山玩水时拍下的照片，为下次旅行养精蓄锐。不过在翻看照片时很多人总会有一丝失望：为什么我的照片总感觉少了点什么？尤其和网上摄影高手的作品相比，差距一下就体现出来了。是手机、相机不够高端吗？设备不能解决一切问题，要想获得令人称赞的照片还要学习一些常用的拍摄手法，更重要的还有很多人一直忽略的后期处理技术。不想买教材苦学Photoshop？没问题！看完这篇文章，你就可以摒弃复杂的操作、放弃老套的软件，用创意让照片真正体现出个性！

四两拨千斤，移动平台以巧赢人心

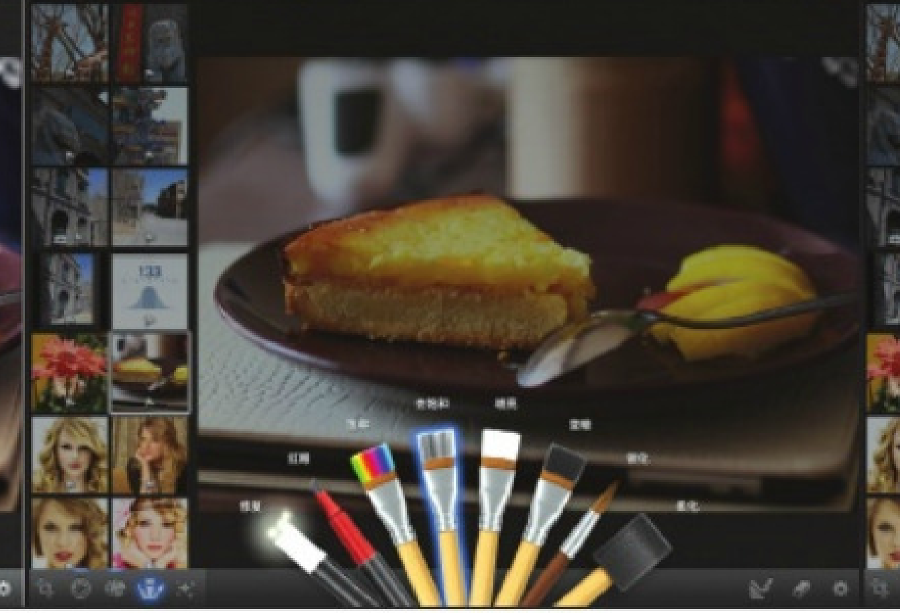
移动设备正在逐渐从内容消费转向内容创建，这就意味着我们能用手机进行更加复杂的修改和创作，实现了曾经只有在电脑上才能实现的功能。如果你拥有一部性能不错的智能手机，能玩3D游戏、能拍高质量照片，我们为何不用它来处理图片呢？

1. 用傻瓜软件做专业的事

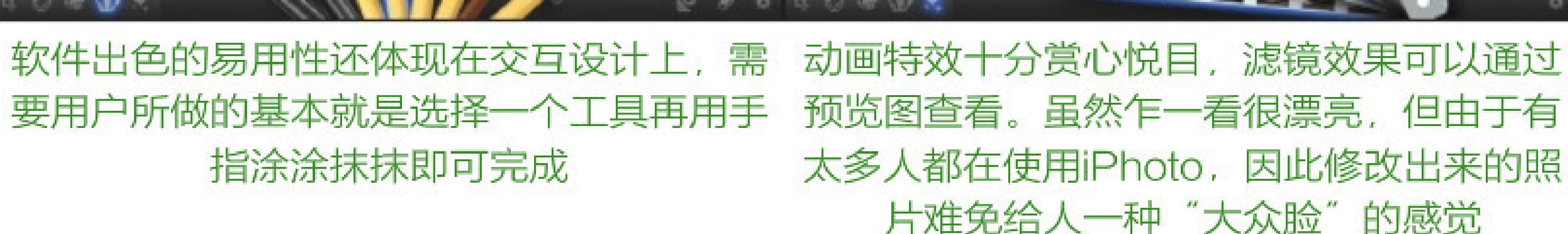
在各大移动平台的海量图片处理软件中，苹果自家的“iPhoto”算是个标杆产品，它拥有漂亮的界面和比较全面的功能，具备基本的图像美化能力。笔者将通过下面一系列的演示，和大家共同了解一下这类软件的基本功能，之后再看看如何利用它们让照片发生令人惊叹的变化。



iPhoto主界面。左下角是图像调整工具栏，包括裁剪与校正、曝光与对比度、饱和度、多功能笔刷与滤镜。网上详细介绍iPhoto功能的文章不少，具体使用方法不再赘述，可以随时点击主界面“？”图标查看更直观的功能说明



软件出色的易用性还体现在交互设计上，需要用户所做的基本就是选择一个工具再用手指涂涂抹抹即可完成



动画特效十分赏心悦目，滤镜效果可以通过预览图查看。虽然乍一看很漂亮，但由于有太多人都在使用iPhoto，因此修改出来的照片难免给人一种“大众脸”的感觉



照片中要处理的主体是一块柠檬蛋糕，实现的最终效果就是想办法让它看起来更诱人、更好吃。其实，对任何以食物为主体的照片进行美化时，我们都可以遵循“看起来就要流口水”的路子，简单地说无非是绿的更绿、黄的更黄，而且记得要去除画面中的干扰部分。

左上：首先使用饱和度工具来添加一些红色和黄色，让蛋糕看起来更新鲜香脆，再用“变暗”和“柔化”笔刷处理图片边缘，“增亮”和“锐化”笔刷处理蛋糕整体。

右上：调整一下照片的角度，把原图四周的无关内容裁剪掉，反复使用撤销/重做工具进行更改。

下：从修改前后的对比图可以看出，修改后的蛋糕色泽更鲜艳，看上去更让人有食欲，成功突出了主体。完成后可选择上方的导出工具通过电子邮件、WiFi等方式发送。

iPhoto偏向于傻瓜化操作，如果你喜欢在修改时拥有全盘操控的感觉，笔者推荐使用经典的“Snapseed”软件，它既有适合新手的自动校正功能，也可以发挥想象力实现复古胶片、戏剧、杂质、中心对焦、有机玻璃、移轴镜头等多个功能。很多人对Snapseed有所误解，认为它不够方便也摸不透其操作方法和每项功能的作用。其实一旦上手之后，就会对它的独到设计赞赏不已，只要你习惯它的操作方式——选择一个功能模块，在图片上左右拖动改变效果、上下拖动改变属性便可轻松对照片进行修改，释放无限创意。更重要的是，Snapseed独创的“选择性调整”功能可以对照片的多个局部进行快速修改，不必再使用PC平台软件，节省了大量时间。



左上：我们以一张美国歌手Taylor Swift的照片为例，首先选择自动校正，软件会自动进入编辑状态，在照片上横向左右拖动手指，你就会实时查看到图片的变化，整个处理过程速度非常快。

中：“选择性调整”是Snapseed最出色的功能之一，它的作用是控制一定范围内的画面效果，让我们能局部改变照片的亮度、对比度和饱和度。控制范围的大小可使用两指向内或向外拖动修改，软件会用鲜艳的颜色标注控制范围的变化区域。

右上：“调整图像”和“拉直和旋转”功能很好理解，它们都是对整幅图片进行控制，你可以调整白平衡、环境、饱和度，彻底改变照片风格，也可以旋转、裁剪图像。利用好以上几种简单的功能，一张截然不同的照片就诞生了。



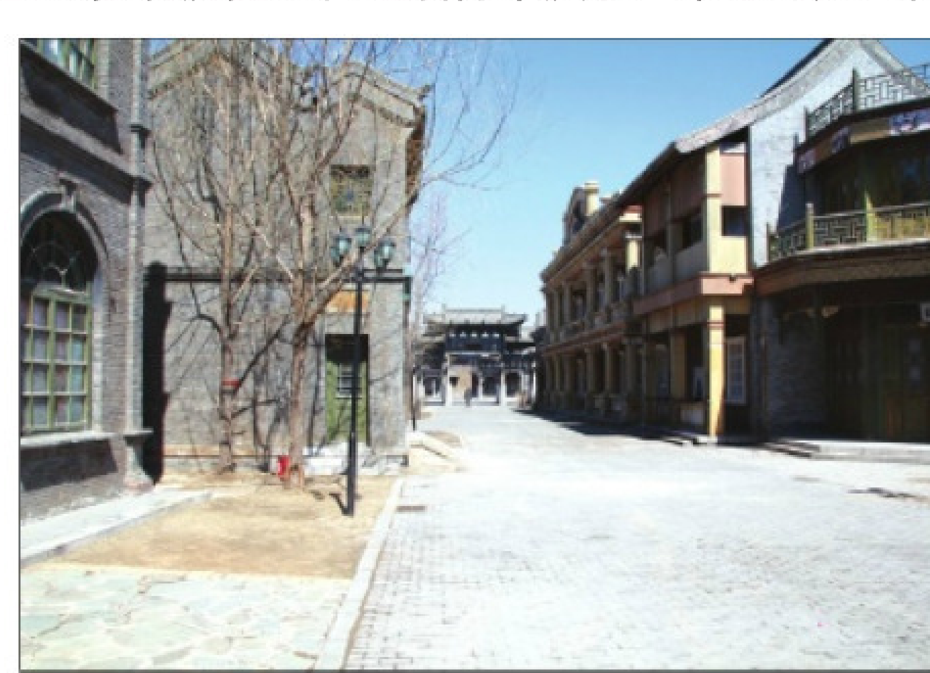


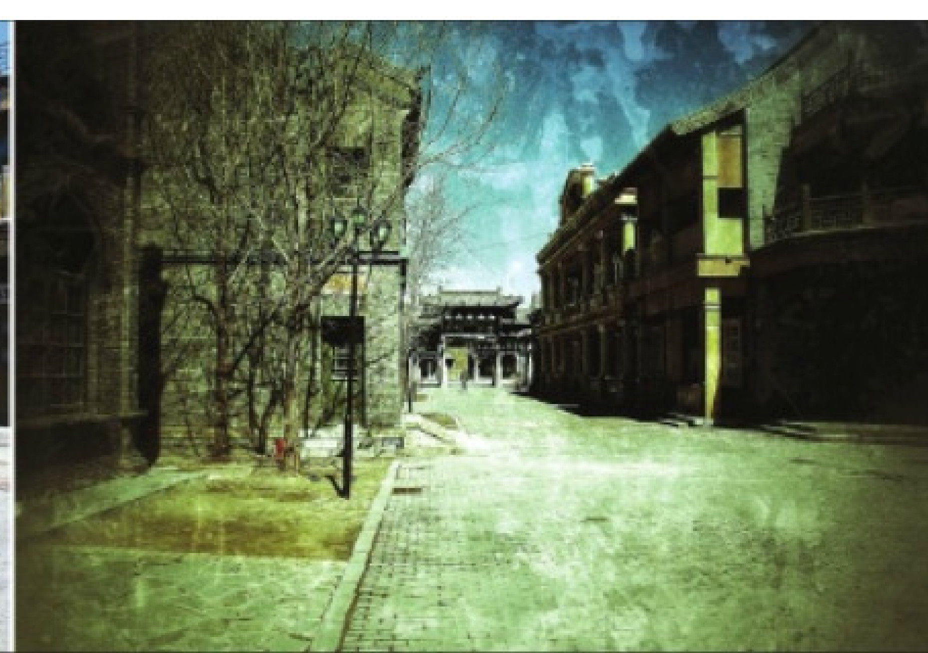
左：从对比图可以看出，修改后的人物脸部增加了亮度，看起来就像喝过牛奶一样（相当于曝光过度）。这种方法可以有效遮挡暗部瑕疵，而且以此为基础改为黑白照片时还能更好地突出脸部五官的特点，上传到社交网站当作头像一定会让你更受欢迎！

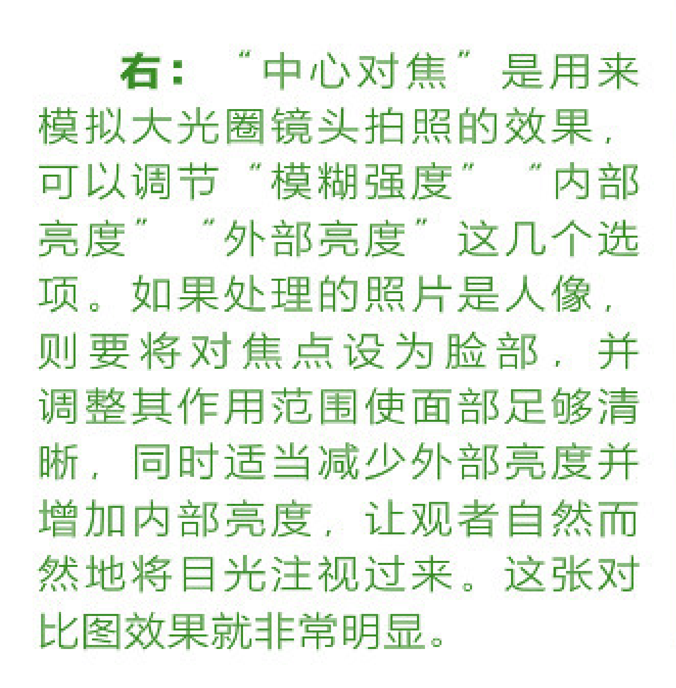
注： 原图为了美化肤色使得照片色彩偏暖，软件默认的自动校正功能会察觉出这一点，所以它会降低对比度和饱和度。同理如果原图偏冷，该功能则会增加对比度和饱和度。上下拖动手指会出现“颜色校正”选项，用同样的方法左右拖动，还会看到色调发生了改变。对于上面这个例子来说，Snapseed的自动校正会让人物显得比较“冷酷”——这不是人们通常喜欢的风格，但明白了原理之后，你可以利用该特点修改其他照片，比如风景照、产品照等，效果会更好。

需要再次提醒大家的是，Snapseed的“选择性调整”在美化人像时特别重要，它既能改变脸部效果，又不至于影响到头发和人物周围的其他物体。当然，这款软件的本领远不止修改人像那么简单，内置的几款滤镜也颇有特点。下面笔者先修改一幅拍摄于电影城中的照片让它看上去更有历史感，之后再来演示“中心对焦”和“移轴镜头”操作技巧。

右： 我们先来看修改前后的对比照，不难看出修改后地面纹理更加清晰，照片风格也发生了改变。要实现这种效果，可以先用“细节”工具对照片进行锐化，再使用“复古胶片”滤镜选择一个自己喜欢的风格，最后用“杂质”功能将照片做旧即可。整个过程没有固定的参数或方法，大家完全可以根据自己的喜好调节。





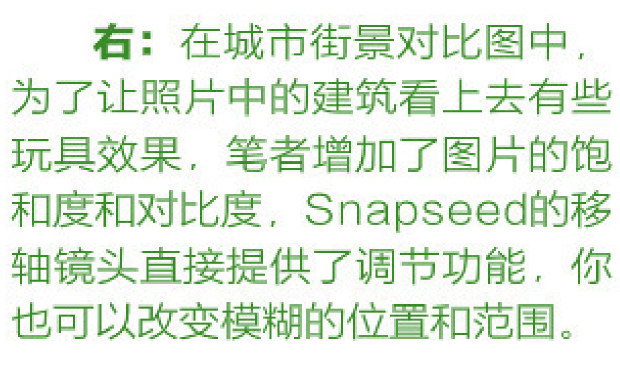


右： “中心对焦”是用来模拟大光圈镜头拍照的效果，可以调节“模糊强度”“内部亮度”“外部亮度”这几个选项。如果处理的照片是人像，则要将对焦点设为脸部，并调整其作用范围使面部足够清晰，同时适当减少外部亮度并增加内部亮度，让观者自然而然地将目光注视过来。这张对比图效果就非常明显。



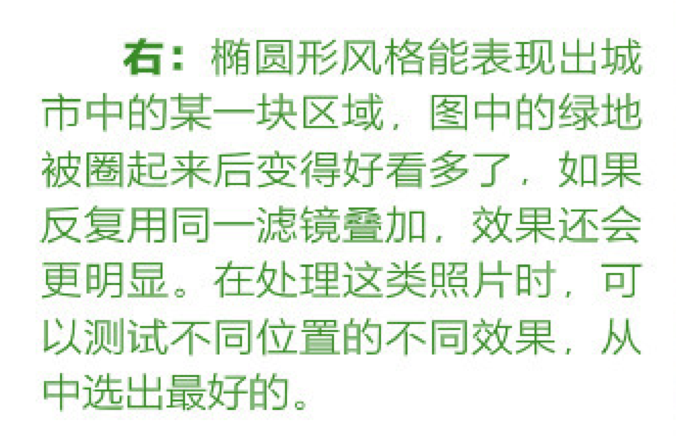


“移轴镜头”功能相当有趣，你可以拍摄桌面上的一个小物件，例如鼠标、茶杯或者是小盆景，再用模糊效果突出主体，给人留下奇妙的感觉。这种特效最佳的使用方式是处理镜头下的城市景观，软件提供两种风格，分别是线性和椭圆形，前者适合突出街景，后者有利于表现某个独特建筑，从对比图中你可以清楚地看出它们的区别。



右： 在城市街景对比图中，为了让照片中的建筑看上去有些玩具效果，笔者增加了图片的饱和度和对比度，Snapseed的移轴镜头直接提供了调节功能，你也可以改变模糊的位置和范围。





右： 椭圆形风格能表现出城市中的某一块区域，图中的绿地被圈起来后变得好看多了，如果反复用同一滤镜叠加，效果还会更明显。在处理这类照片时，可以测试不同位置的不同效果，从中选出最好的。





2. 滤镜的妙用

iPhoto和Snapseed这两款经典软件的特点是功能全面，界面和易用性出色，国内各家知名软件厂商也很喜欢开发这类大而全的产品，比如笔者之前介绍过的PowerCam、Camera360、QQ影像等。为了与国外软件在竞争中取得优势，它们大多都内置了丰富的滤镜，因此也得到了很多“滤镜控”的青睐。另一方面规模更小的工作室和个人开发者为了能在茫茫的软件海洋中有个位置，也都把精力集中在了滤镜上。于是现在的情况就变成：软件若要有特色，就必然有独特的滤镜；越是能别出心裁的公司，就越能在短期内得到大量用户。接下来我们就试用一下各家赖以为生的精品滤镜，希望大家在熟悉之后能够灵活运用，而不是固守成规导致作品千篇一律。

（1）文艺青年最爱：Pixlr-o-matic PLUS

“Pixlr-o-matic”是一款由大名鼎鼎的Autodesk出品的顶尖相片处理应用，支持主流的Android和iOS系统，它带有浓浓的怀旧风格，让你看过一眼就难以忘怀。软件完全免费，只需3步就能快速处理图片，下面就一起进入怀旧世界，看看它能否激活你内心中的文艺细胞。



Pixlr-o-matic主界面，黑色木纹背景和老相机显得很有时代感。左下方是3张样图，你可以用它们来练习和尝试，右下方是最近编辑过的文件，可以快速返回之前的任务

选择“upload”从相册中导入一张图片则会进入编辑界面，下方的一排按钮分别是返回主界面、改变胶卷、改变光照、添加相框以及保存文件

添加滤镜时，先选择“胶卷”图标再从众多的效果中尝试，Pixlr-o-matic会实时改变样式，处理速度相当出色。你也可以为某个喜欢的特效“加星”，便于下次使用时查找



“灯泡”功能除了可以提供光照效果以外还有各种各样的涂鸦和相纸，你可以让礼花在天空中绽放，火焰在水面上燃烧，甚至还可以把经典游戏“打蜜蜂”的画面添加进来

添加相框是最后一个步骤，你可以从几十种款式中进行选择，之后直接导出就可以完成整个处理

Pixlr-o-matic内置商店，可以在线免费使用大量滤镜。与该功能图标并排的还有一个随机按钮，每次触摸软件都会任意生成一套组合，手气好的话效果会很不错！

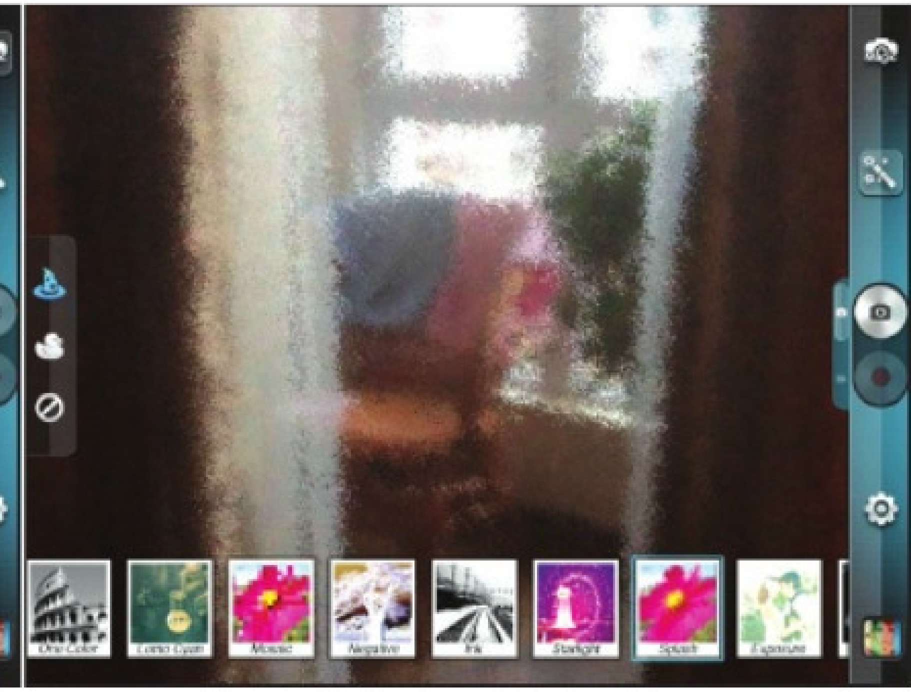
（2）随拍随加：PowerCam

“PowerCam”这款软件比较独特，它的后期处理功能极少，只有加相框和拼图两种，为什么笔者还要推荐它呢？最主要的原因是因为它的实时滤镜特别漂亮，而且还能添加多种内置动画，作为一款诚意满满的免费软件，你应该立刻收入囊中。软件提供的滤镜可以在拍照时添加，并且可以实时预览效果，这在一定程度上省去了后期处理反复调节的麻烦。



右： 笔者强烈推荐PowerCam中的“四季”滤镜（Four Seasons），拍摄人像时会给你一种塑造大明星的感觉，拍摄景物也很有文艺范儿。其他优秀的滤镜还有“过曝”（Exposure），它会给照片一种暖洋洋的味道；“扩大”（Enlarge）滤镜会模仿鱼眼镜头。



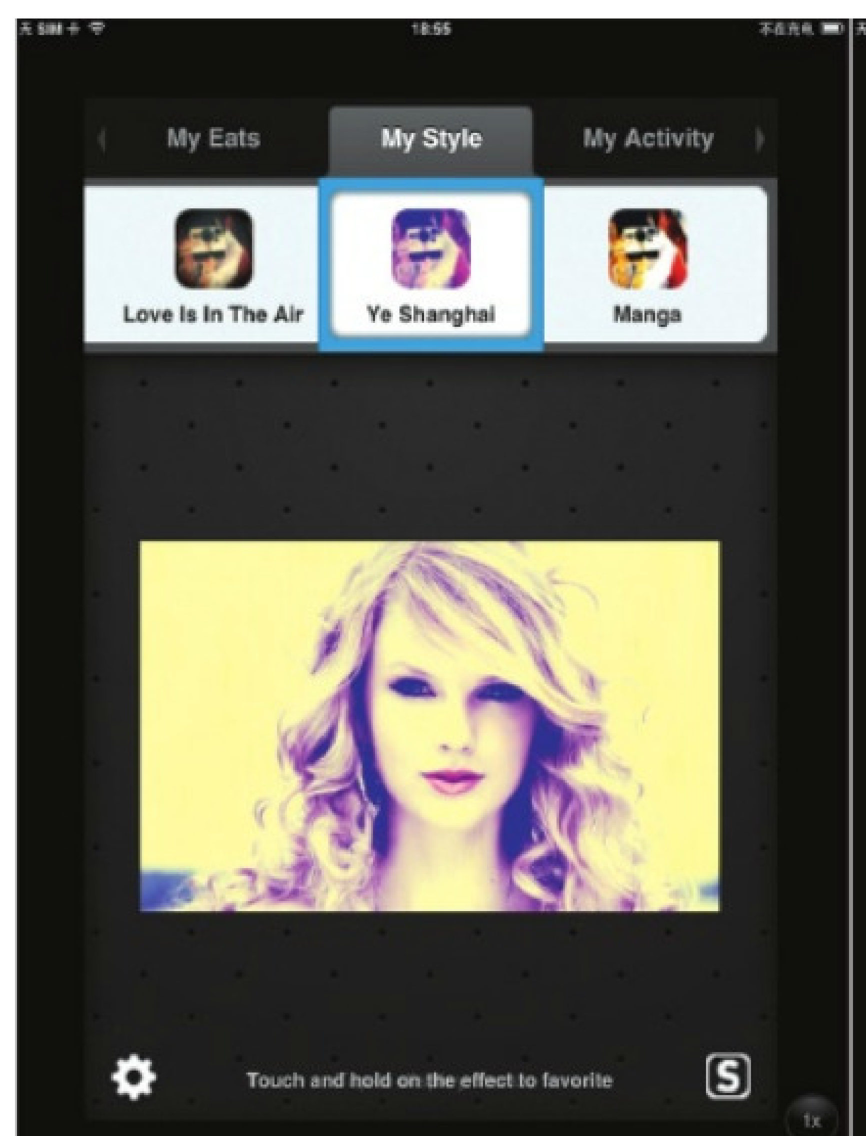


左： “PowerCam自带移轴拍摄、智能自拍等功能，比较特别的是脱色拍摄，比如要拍鲜花时，可以在屏幕上点击花心，那么选中的颜色就会保留下来，而其他部分都会变成黑白。和后期局部上色的方法相比，该软件的处理方式更简单也更准确。

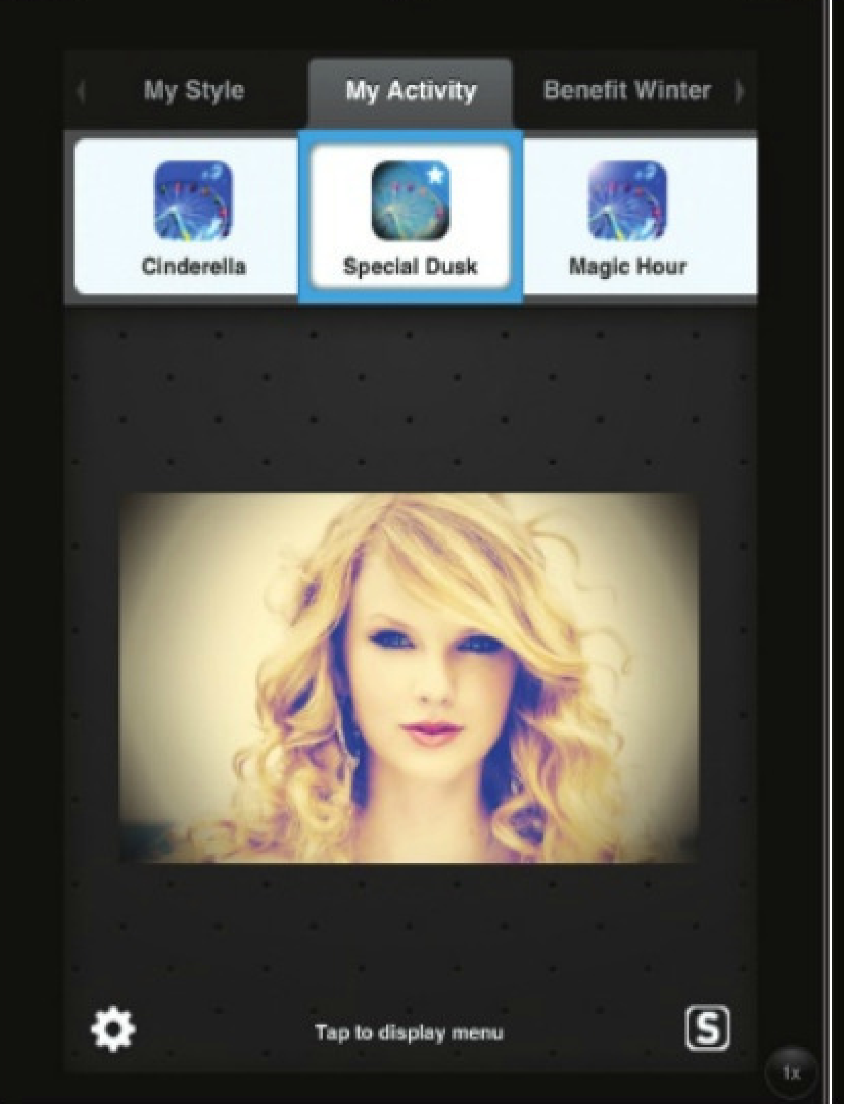
右： 另一个有趣特效是“毛玻璃”（Splash），在光线不足时它会让照片看起来没有密密麻麻的噪点。

（3）有点小清新：Phototreats

“Phototreats”为每个滤镜都起了一个动听的名字并把它们进行归类，比如有“我的美食”（My Eats）“我的造型”（My Style）“我的活动”（My Activitiy）“我的季节”（My Seasons）等等，每一项中又包括诸如“花之子”（Flower Child）“幕间休息”（intermission）“空气中的爱”（Love In The Air）“夜上海”（Ye Shanghai）等滤镜，听上去是不是有些心动？滤镜效果当然也不会让人失望，典型的日系风格让人感到一种清新淡雅的感觉。



“夜上海”是个很美的滤镜，淡淡的紫色透着浪漫的气息。长按滤镜图标，你就可以把它添加到软件内置的收藏夹中



“特别的黄昏”（Special Dusk）温暖而又安逸，它能让曝光过度的照片变得有看点。例如正午阳光直射拍下的照片往往会比较惨白，而用这个滤镜修改一下就有不一样的效果



Phototreats内置了名为Steply的图片分享服务，虽然比不上鼎鼎大名的Instagram，用户数量也不在一个等级，不过现有用户分享图片的质量还算不错

3. 妙招用尽有怪招

比拼技术不占优势，一些公司选择另辟蹊径开发出了很多搞怪图片处理应用，下面介绍的软件很难具体说是哪一种类型，在不同的应用商店里有的被归入摄像类，有的则是娱乐类。使用这些软件可以给照片带来不同寻常的变化，有的还能让自己和朋友笑上半天！

（1）人物变动物：Pho.to.lab

这款软件的模版十分丰富，有些能让你的头像出现在各国钱币上，有些会把你登上杂志封面，或者让你像上帝一样浮现在云中…… “Pho.to.lab”提供超过100种精选效果，很多特效都是免费的。

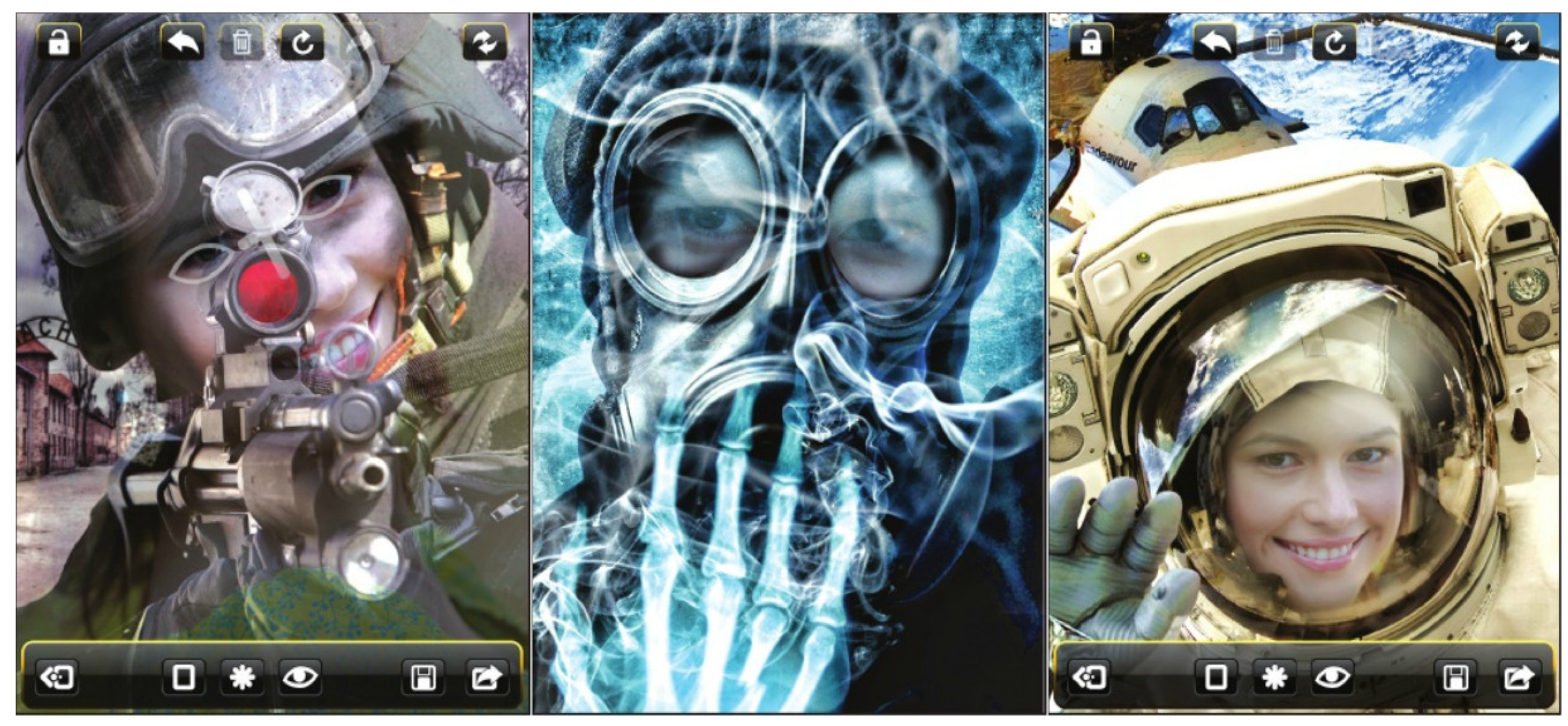
左：兔子特效属于“人变动物蒙太奇”之一，此外还可以变成老虎、狮子、狐狸、鹦鹉、黑猩猩等等。卡通画特效甚至还能把你变成《辛普森一家》里的人物！

右：所有效果都使用同样的流程——选择效果、上传照片、保存/共享。



（2）我是宇航员：Gold Experience

“Gold Experience”能够让你出现在宇宙中的任何地方，深海、战场或者外太空！收费版售价6元大小约80MB，与免费版相比主要在素材数量上有很大差别。另外这款软件的优点是无须联网就可处理，而且效果十分逼真。



Gold Experience约有50种特效场景，你只需要提供头像再手动调节位置与大小来配合软件模版给出的眼睛、鼻子等位置。锐化和对比度也能在软件中调节，还可以添加一些小挂件

效果图之一，完成后你可以保存到本地或者通过Email和一些社交网络分享给其他人

素材大小几乎都为1024×768分辨率，在同类软件中算是较为出色的，你可以用它处理千万像素以上的照片，程序运行也比较稳定

全能显神威——PC平台：专业与实用兼备

与简便、娱乐化的移动便携平台相比，PC平台以强大的性能著称，就算是入门级硬件处理照片的能力也远超顶级移动设备，更不必说“神一般的存在”的专业图形工作站，你可以用它轻松处理千万像素以上的照片，尽情释放创作灵感。如果你想深入学习照片处理技术，PC平台无疑是最佳选择。对于力求完美的读者而言，笔者推荐使用目前最新版本的Photoshop CS6；要求软件使用简单、效果又有专业素质的用户，可以使用“好照片”；身轻如燕的Photoscape则适合追求效率与功能并重的使用者。下面我们将对这几款软件进行详细介绍。

1. “美术课代表”：Photoshop CS6

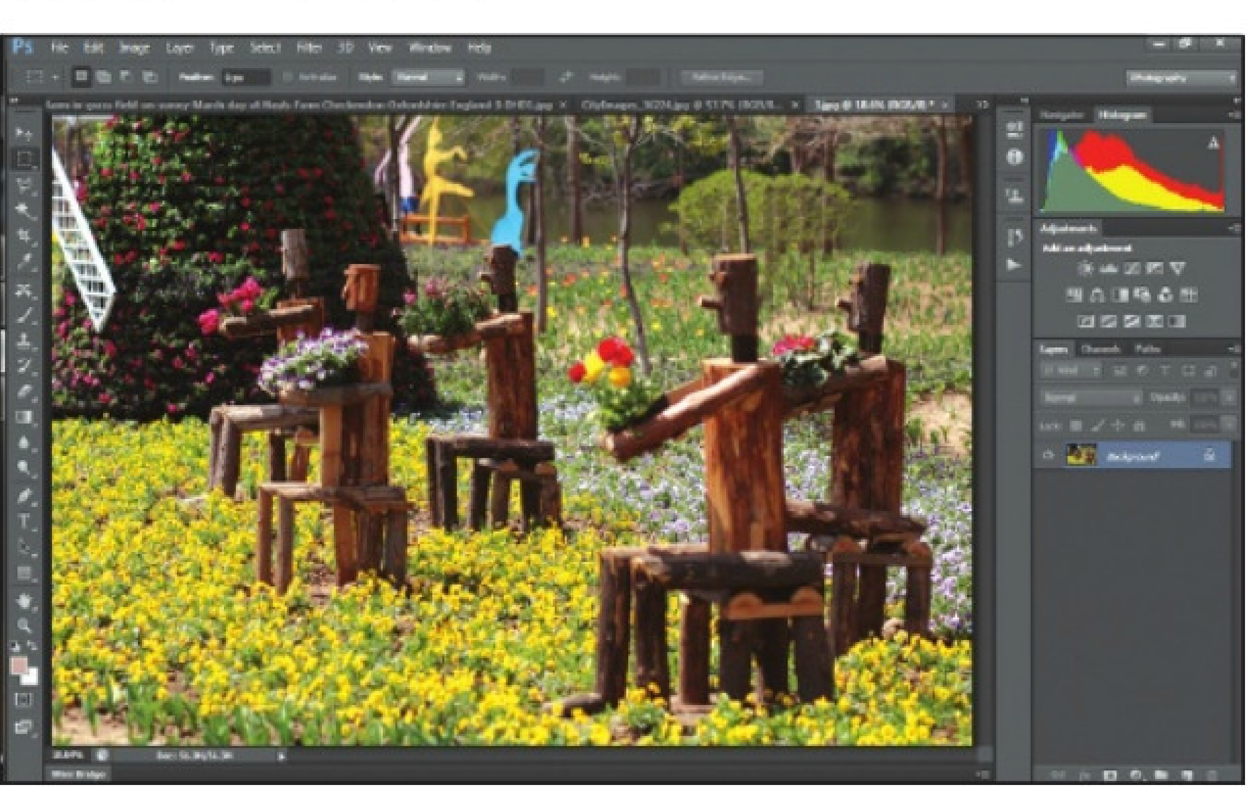
新版本Adobe Photoshop CS6引入了大量更新，最直接的感受恐怕就是Mercury图形引擎在性能上的飞跃，此外全新优化的界面也提高了工作效率，增强的“内容识别”技术更为后期处理提供了广阔空间。国内Photoshop用户数量众多，其中很大一部分是专业人员，所以给人的印象一直过于高端、难于使用。其实，如今Photoshop CS6的易用性已经非常出色，很多功能上手也非常容易。如果你喜欢拍照片，那么就试着用Photoshop来处理吧，一旦学会必将受益良多。

（1）活用简单功能，你也会变魔术

过节出去旅游给你留下的最深刻印象是什么？笔者的感受是票价几乎翻倍、游客人山人海，想拍个满意的照片真是不容易，“路人甲”总会出现在取景框里抢镜。费了半天时间总算拍到一张还算满意的，回家仔细一看才发现，远处还有几个没注意到的行人……如果是在过去想把他们从照片中去除，一般会使用仿制图章工具，遇到复杂的图案可能就要折腾数小时。而如今我们则可以使用Photoshop CS6的内容识别功能，只需几分钟就能搞定，一起来看看吧！



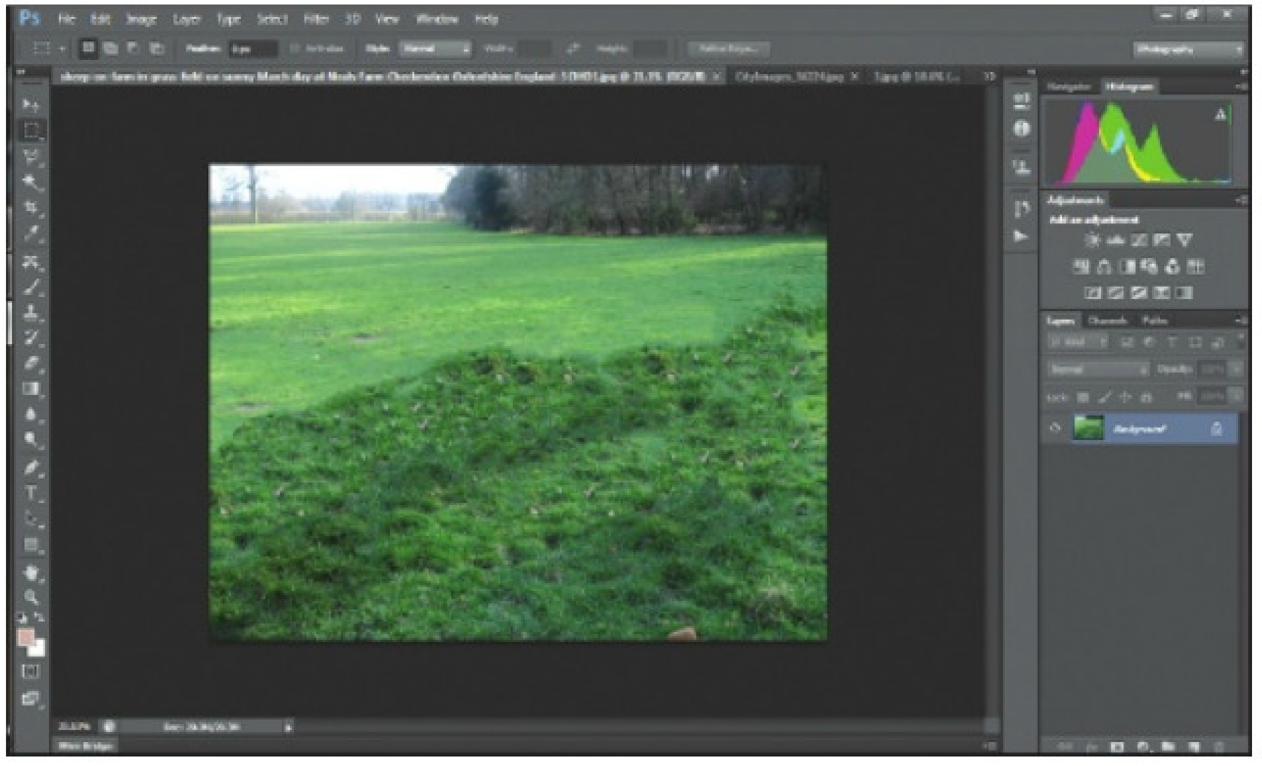
这张照片的背景有两位路人，我们使用Photoshop CS6的套索工具先选中外侧的行人，接着按下“Delete”键调用内容识别，擦除后用同样方法处理另一个



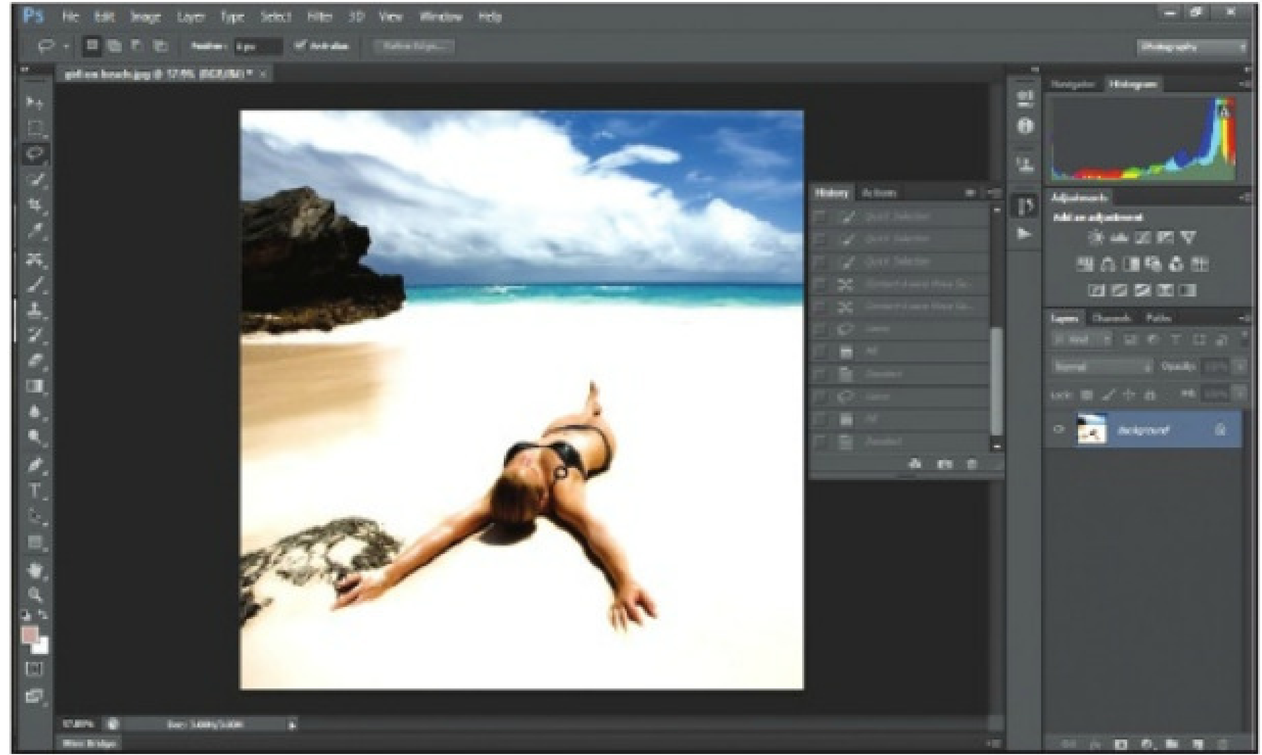
处理之后的照片，效果还算不错吧！注意用套索选择时选区尽量稍稍大于要清除部分的边缘，如果一次不够完美，可多次选定并删除残留部分，操作失误了也可用历史记录工具轻松还原，大家放心大胆地练习吧！



如果你认为清除照片中的几个人难度还不够高，那么就试试这张图吧。一群绵羊冲进了一片草地，它们咩咩地叫着怎么也不肯离开，我们用内容识别功能把这些动物擦除！笔者从右至左将每只羊删除，再把不完美的部分进一步处理，完成后会出现一块平整的草地



算上软件处理时间，整个过程笔者大约花费了3分钟，尽管最终成果个人认为十分粗糙，但是只要你细心，一定会得到更好的效果。当然，内容识别也不是万能的，如果画面特别杂乱，也会出现无法手动修复的识别错误



上面介绍的功能Photoshop CS5也能做到，那么CS6有什么新绝活吗？新版的内容识别增加了“移动”功能，你可以先选中画面上的一部分，再把它移动到其他位置，空白区域会自动填充。照片中一位美女躺在一片奇怪的沙子旁边，处理时和之前一样先选中人物之后要选择“内容识别移动工具”，再用鼠标将她拖拽走即可

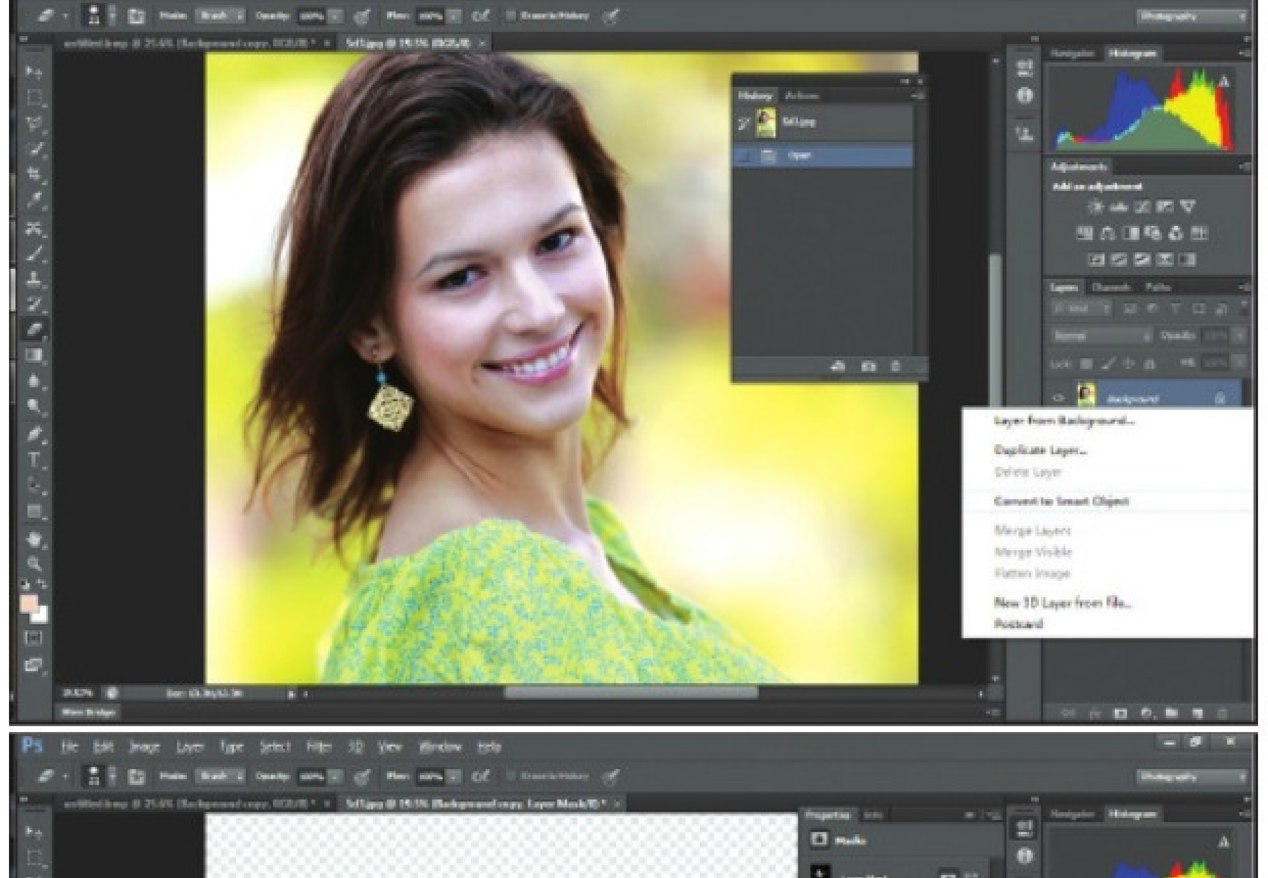


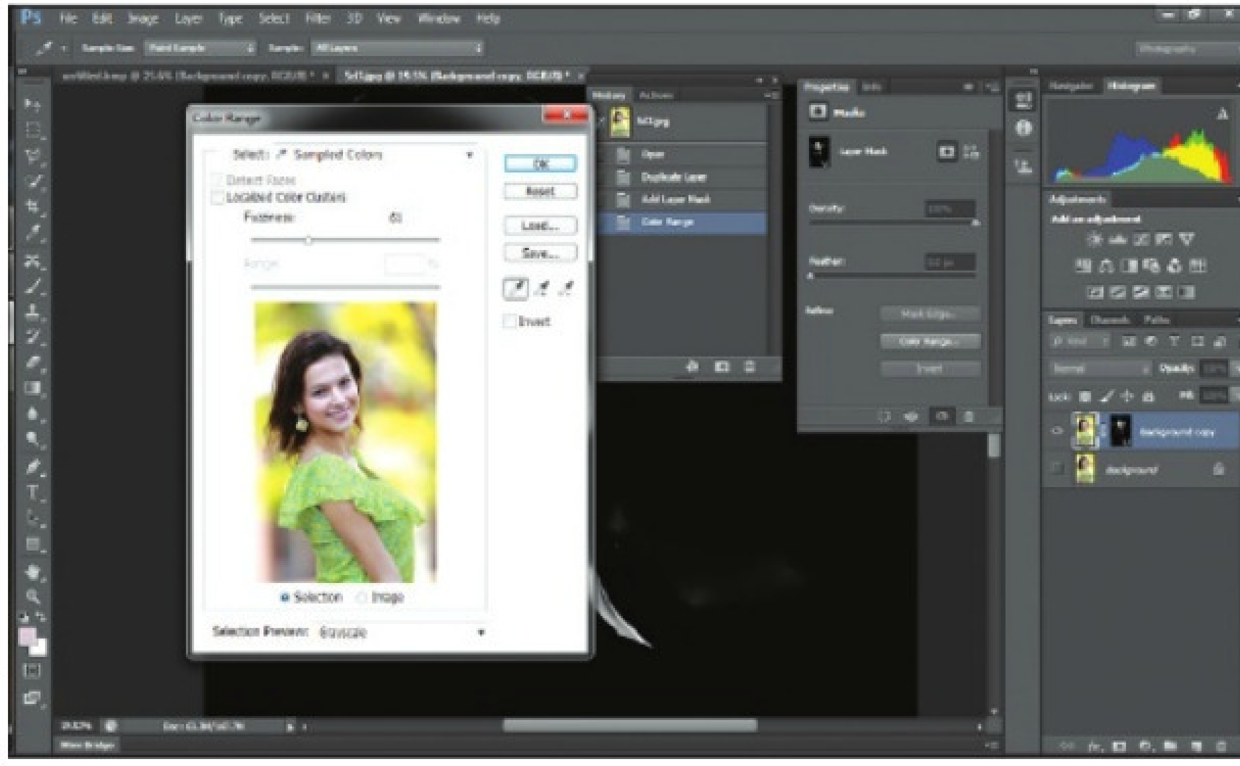
处理后的人物被正确移动了。根据笔者的经验，被移动的物体占画面比重较小时，内容识别移动工具能够有较好的效果。另外还可以尝试“内容识别延伸工具”，软件会在移动区域之间自动填充选中的物体，例如你可以让草地上有更多的花、让书架看起来更高一些，甚至让模特的腿变得更长……

（2）影楼拜服，普通人也能精修照片

不管是拍写真还是拍婚纱照，很多人都会选择去影楼，一方面是因为那里有专业的器材、道具、布景与化妆师，另一方面专业的工作人员会提供修图服务，让人像看起来更漂亮。如今物价飞涨，影楼的收费也是十分昂贵，拍一套看过得去的相片少说也要数千元。普通用户买不起高端相机和镜头也没法自己布景，但是在电脑上处理图片谁都能行！下面我们就用Photoshop来精修几张照片做为演示，可谓步骤简单效果又好。

先来说说经典的“磨皮”也就是美化皮肤，多数人都会使用傻瓜式软件中的“一键美白”功能让人看起来更白净，但如果对比一下你就会发现，自己处理后的效果与影楼级水准相差极大！这其中最重要的原因就是普通软件的美化效果会作用于全图，让本不该模糊的地方变得模糊，比如发丝、衣物的纹理、佩戴的饰物等。而若想达到更加专业的效果，我们必须使用Photoshop手动指定哪些部分需要处理。



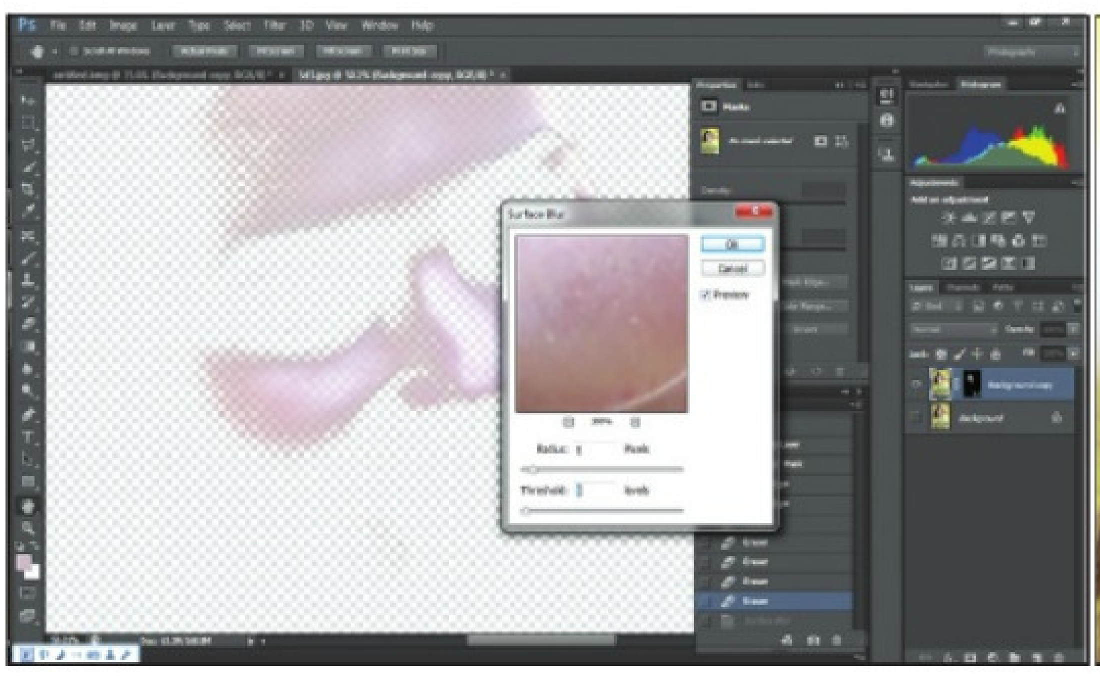




左上： 处理皮肤可以使用“表面模糊”工具。需要做的准备工作是先把皮肤部分选定，笔者喜欢的方法是在Photoshop CS6中将原图建立一个副本并将它转换为智能对象。具体操作是先将原图拖拽到新建图层图标上，再右键点击新图层选择“转换为智能对象”。

右上： 我们在副本上添加一个蒙板，直接点击下方快捷图标即可。双击蒙板打开属性窗口，选择“色彩范围”。

左下： 勾选“检测面部”，用鼠标在下方点击预览图中的人脸位置，Photoshop会自动把和皮肤相近的颜色选择出来。之后用橡皮擦工具将无关部分擦除，剩下的就是我们要应用模糊滤镜的区域。这样操作的好处是非常省时，而且不会影响到头发、眼睛等部位。



对图层副本执行模糊滤镜，选择“滤镜→模糊→表面模糊”。注意参数不要设得过高，一般在8～12左右，不然人脸会显得很不真实，像是蜡做成的。用类似的方式还可以给头发增加锐度、让眼睛更明亮



对比处理前后的图像，效果显而易见，如果脸上有斑点，也可以用“污点修复画笔工具”来擦掉

2. 惊人的HDR效果：好照片桌面版

“好照片”是一款在国内新问世不久的免费图像处理软件，目前有桌面和iOS版本，其研发公司之前只针对海外市场，多数产品为收费软件。近几年认识到国内市场巨大的潜力之后，相继推出了适合国人操作方式的图像处理产品，其理念是将易用性与专业性相结合。“好照片”桌面版拥有众多简单且实用的功能，可以在最大程度上帮助我们弥补拍摄时所留下的遗憾，其惊人的HDR效果尤其给笔者留下深刻印象，使用它你可以在最短的时间内创造出具有视觉冲击力的照片。

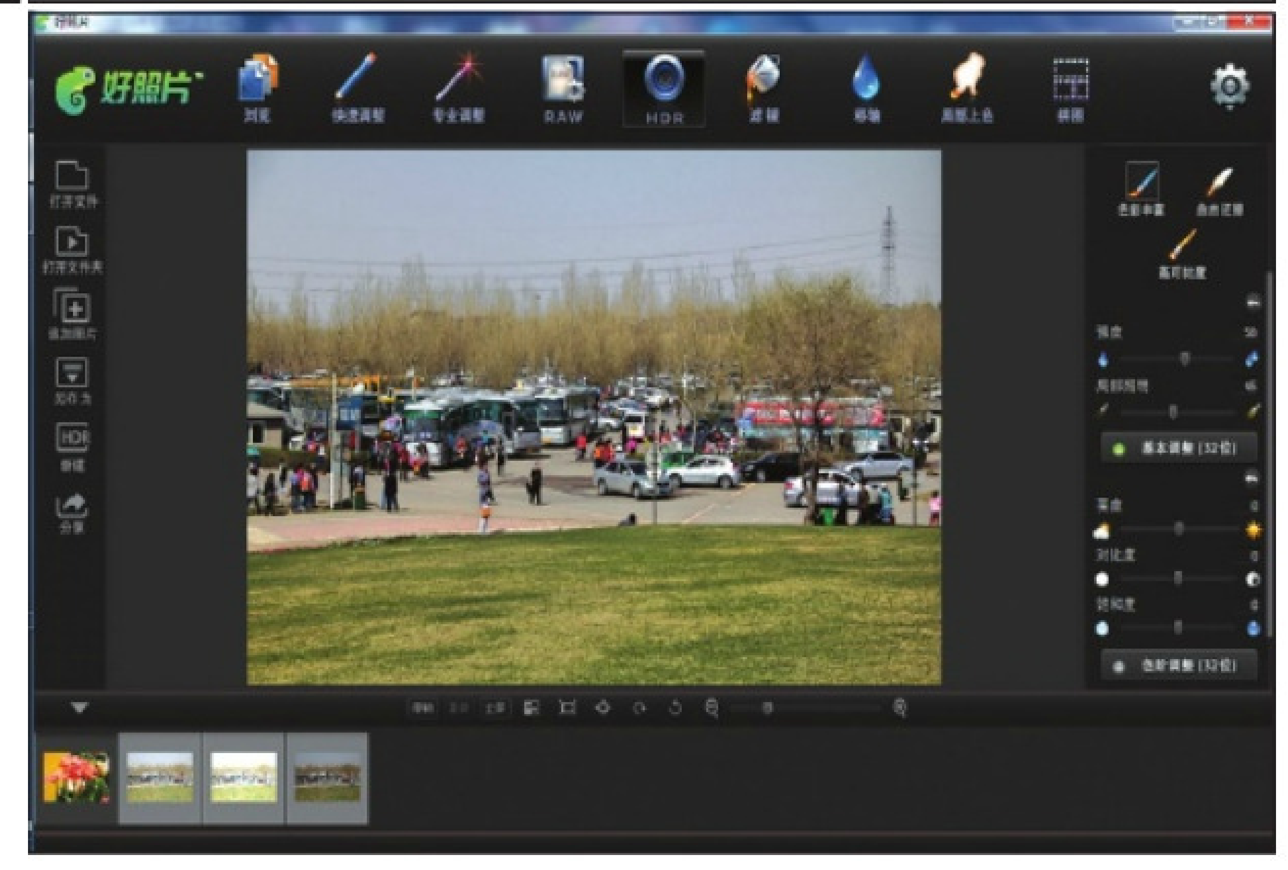


左：这是一张用HDR处理后的照片，近处的礁石清晰可见，远处的天空层次分明。在实际拍摄过程中，如果整个场景的亮度差异巨大，数码相机是无法一次性捕获所有细节，这便是HDR发挥作用的时刻。

HDR很适合风景照，用相机拍摄不同曝光度的照片再将它们合成就能获得更大的动态范围，捕捉到各种色彩与细节。相反如果只拍单张，图画中必然会丢失许多细节，就像逆光拍摄建筑物时若想体现出主体，天空等高光区域就会过度曝光。正确做法是支起三脚架，用包围曝光方法取得至少3张照片，后期用软件合成就可以了。





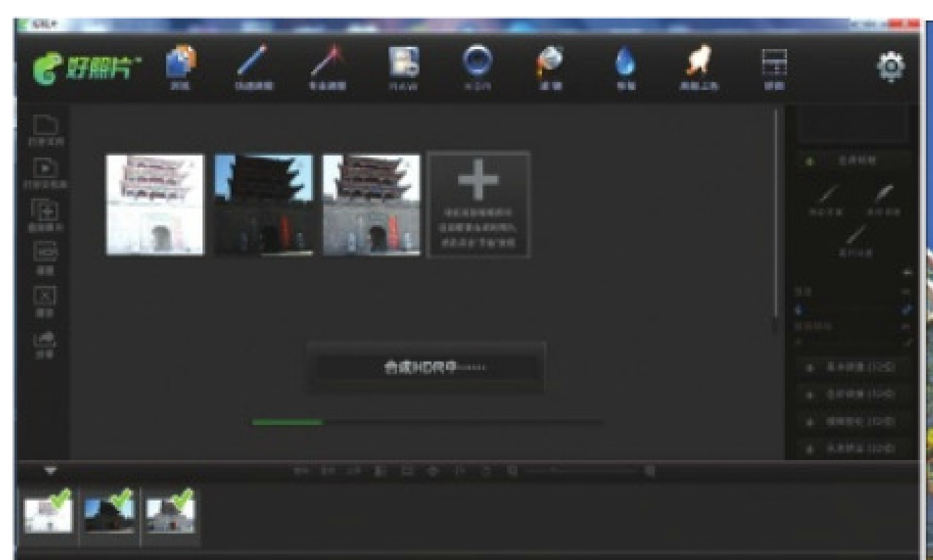


左上：在“好照片”中选择HDR，点击左侧的“打开文件”选择至少两张相同格式、不同曝光程度的照片，之后在底部的缩略图中勾选它们，最后选择“开始”进行处理。若想获得更好的效果，应该用不同曝光拍摄多张照片并全部加入处理，这样一来成品的动态范围会更为广阔。

右上：对于手持拍摄的情况，“好照片”提供了两个选项：“对齐”与“鬼影去除”，勾选它们之后，相机晃动及场景中移动物体造成的干扰可以有效消除。

右下：对于合成后的照片还可以进一步调节色调，该软件内置3种模式：“色彩丰富”“自然还原”和“高对比度”，选择你认为效果最漂亮的一种即可。

下面我们利用HDR色彩丰富的特点，来让一张普通的风景画变得如卡通照一般。方法同样是用数码相机拍摄3张照片，之后再交给“好照片”进行处理。



选择照片，一键合成！完成后从“基本调整”中调节对比度与饱和度，从“色阶调整”中减少阴影，最后适当增加锐度与亮度



处理后的照片颜色相当夸张，有些迪斯尼动画的风格。由于条件所限，笔者没有找到合适的题材，建议大家在选景时尽量选择譬如城市、街景等现代题材，拍摄方法可用仰拍或俯拍，而且一定要选择光线柔和的下午或清晨，尽量不要在正午或阴天时拍照



左： 这是两幅国外友人的作品，很难看出这是纽约的街景吧？丰富的色彩给人梦幻般的感觉。不要忘记你也能实现一样的效果，多多使用HDR创作吧！

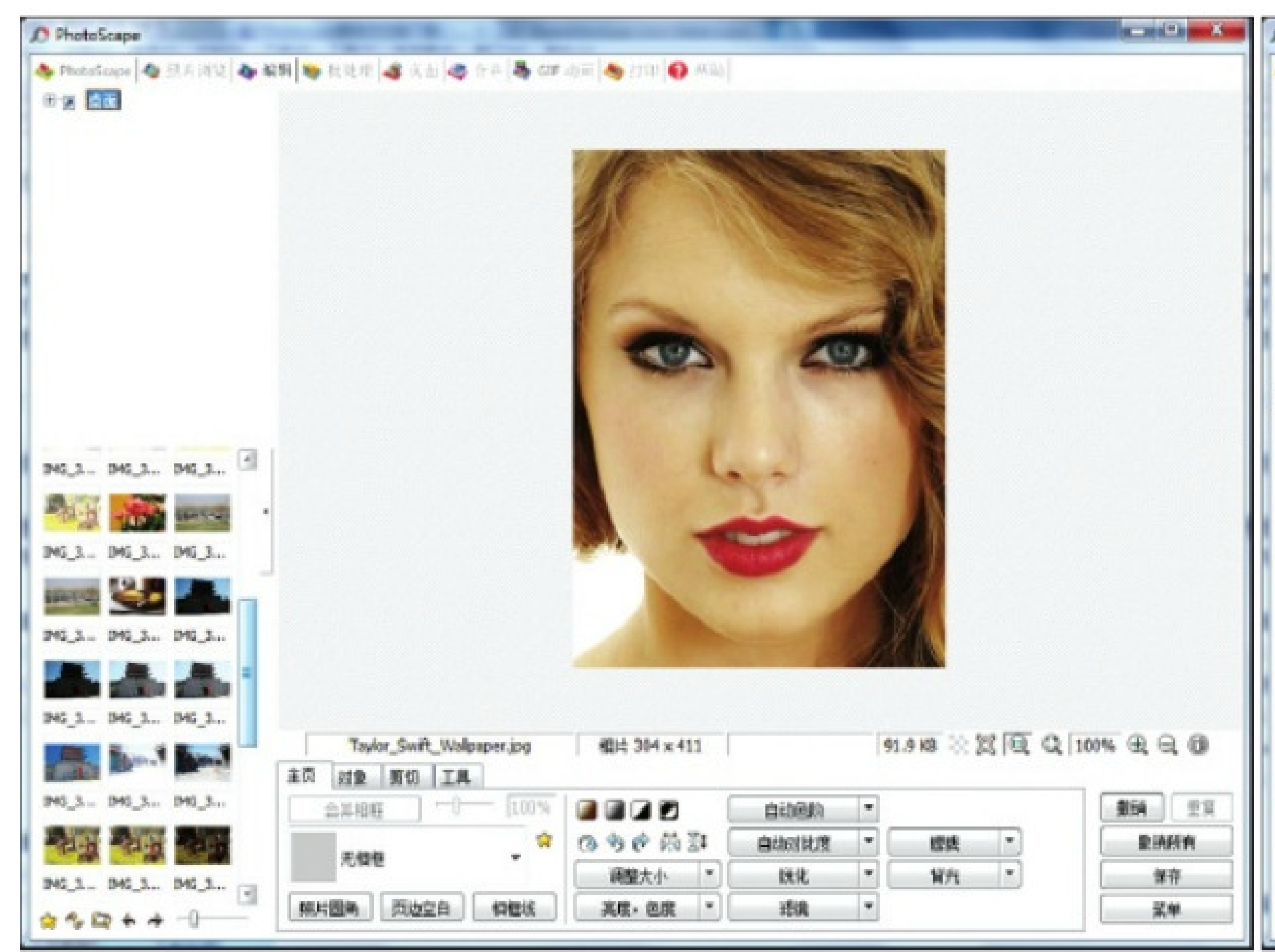


此外“好照片”还自带RAW格式处理功能，它不仅能查看RAW文件、手动调节参数，还有算法独特的色调引擎，能自动处理RAW文档，生成最佳图像。使用时，从主界面上方选择“RAW”然后打开文件，软件会自动解码并重建色彩空间，之后会把处理妥当的照片显示出来。此后的操作与其他格式图片一样，你可以在软件右侧调节它的各项参数。

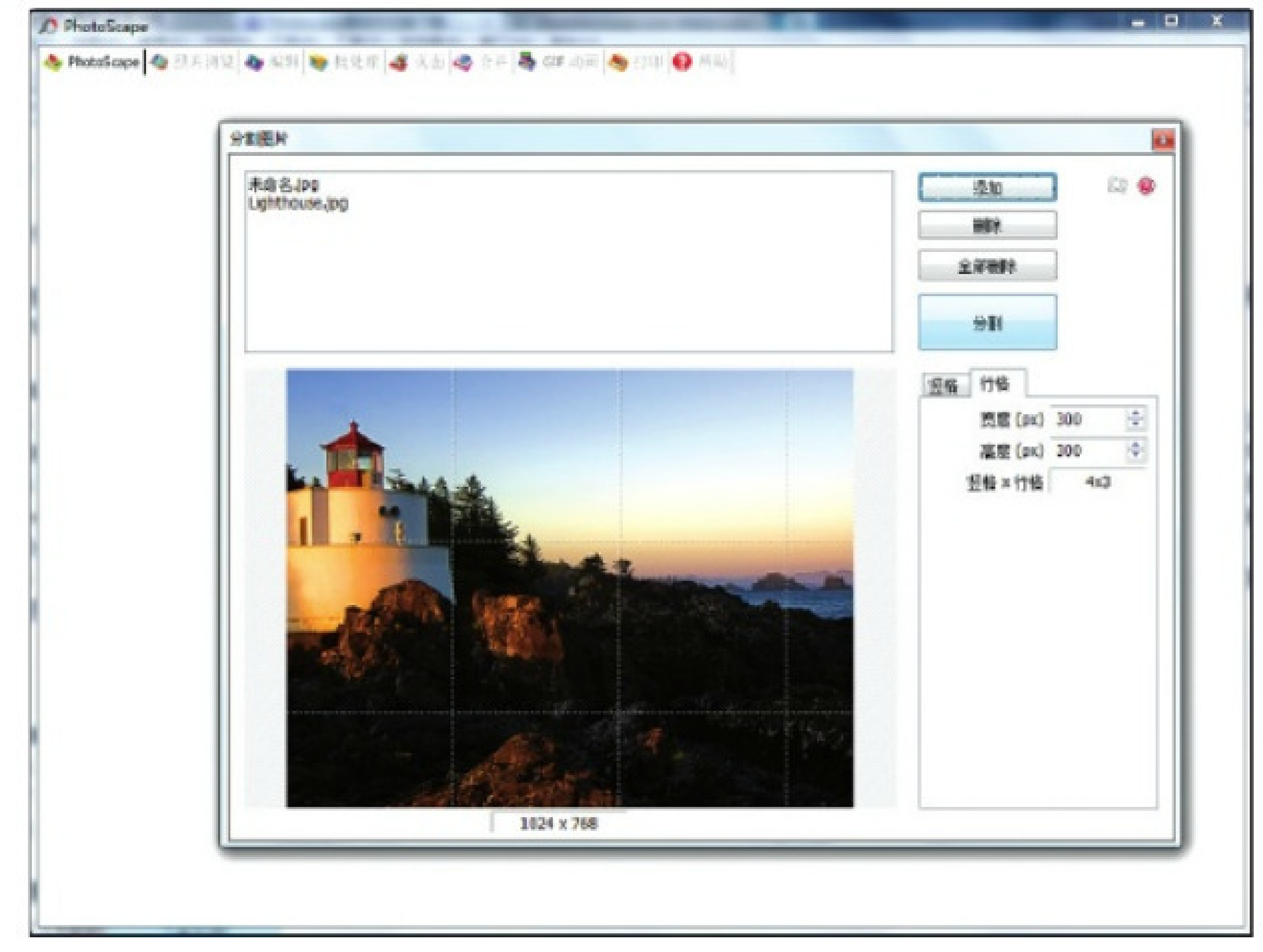
左： 软件会自动处理RAW文件，效果可圈可点

3. 身材小功能强：Photoscape

有些图片处理软件体积上身轻如燕，功能上又能独当一面，它是谁呢？Photoscape就是一个优秀例子。它之所以能够从众多的同类软件中脱颖而出，不仅因为拥有17MB的“苗条身材”，免费且极其实用更是它的“必杀招数”。







左上： Photoscape的界面分为两部分，左侧是文件目录和预览图，右侧则提供了大量相片美化工具。锐化、朦胧、自动色阶对它而言都是小菜一碟，切换到“对象”标签下还可以添加各种小挂件、文字和图画。

右上： “克隆放大”是该软件的绝活之一，例如你可以把分辨率只有640×480的照片通过插值运算放大到1366×768，让本来模糊的截图变得清晰，甚至可以直接用来当桌面壁纸！

右下： “分割图片”“拼图”“GIF动画”等都是很棒的功能，例如制作网页时为了加快页面的载入速度，通常会把图片切成数块，而此时就不用开启庞大的Photoshop，使用Photoscape几下就能完成。

靓照处处在，在线平台尽享丰富资源

在线图片处理的优点就是不用安装任何软件，选几个适合自己的网站添加到收藏夹，云同步后不论走到哪里都能随时编辑照片。此类网站大致分为两种，一类能提供较专业的功能，另一类则是以美化或恶搞等娱乐为主。近几年随着移动平台的崛起，也给这些站点带来了巨大机遇与冲击，很多网站适时推出了移动版本，让用户在手机和网页上都能获得同样的体验。由于篇幅有限且功能大同小异，笔者下面仅介绍几个经典站点，如果你对这类网站感兴趣，可以使用关键词“online photo editing”“在线图片处理”等在Google上搜索，更多的精彩等待你去发掘！

1. Pixlr

网址：http://pixlr.com/

没错！这个网站就是移动版本Pixlr-o-matic的鼻祖，而且网络站点提供的功能更全。访问主页会出现两个巨大的链接，一个是“Retro vintage effects”，即滤镜版，它的功能与Pixlr-o-matic几乎一样，甚至界面也非常像；另一个“Open photo editor”则是在线编辑器，打开后会出现一个类似Photoshop的界面进行编辑，带有向导提示，你可以从本地上传照片，也可以从网址引用。



右： Pixlr的在线编辑器几乎就是个简化版的Photoshop。

2. Pizap

网址：http://pizap.com/

Pizap提供的多种功能可以让你制作出拼图、编辑照片、替换背景或添加特效，无须注册任何信息，点开页面就能使用。Pizap还可以调用摄像头，配合近40种滤镜可以让你尽情自拍各种古怪造型，丝毫不逊于任何移动应用。

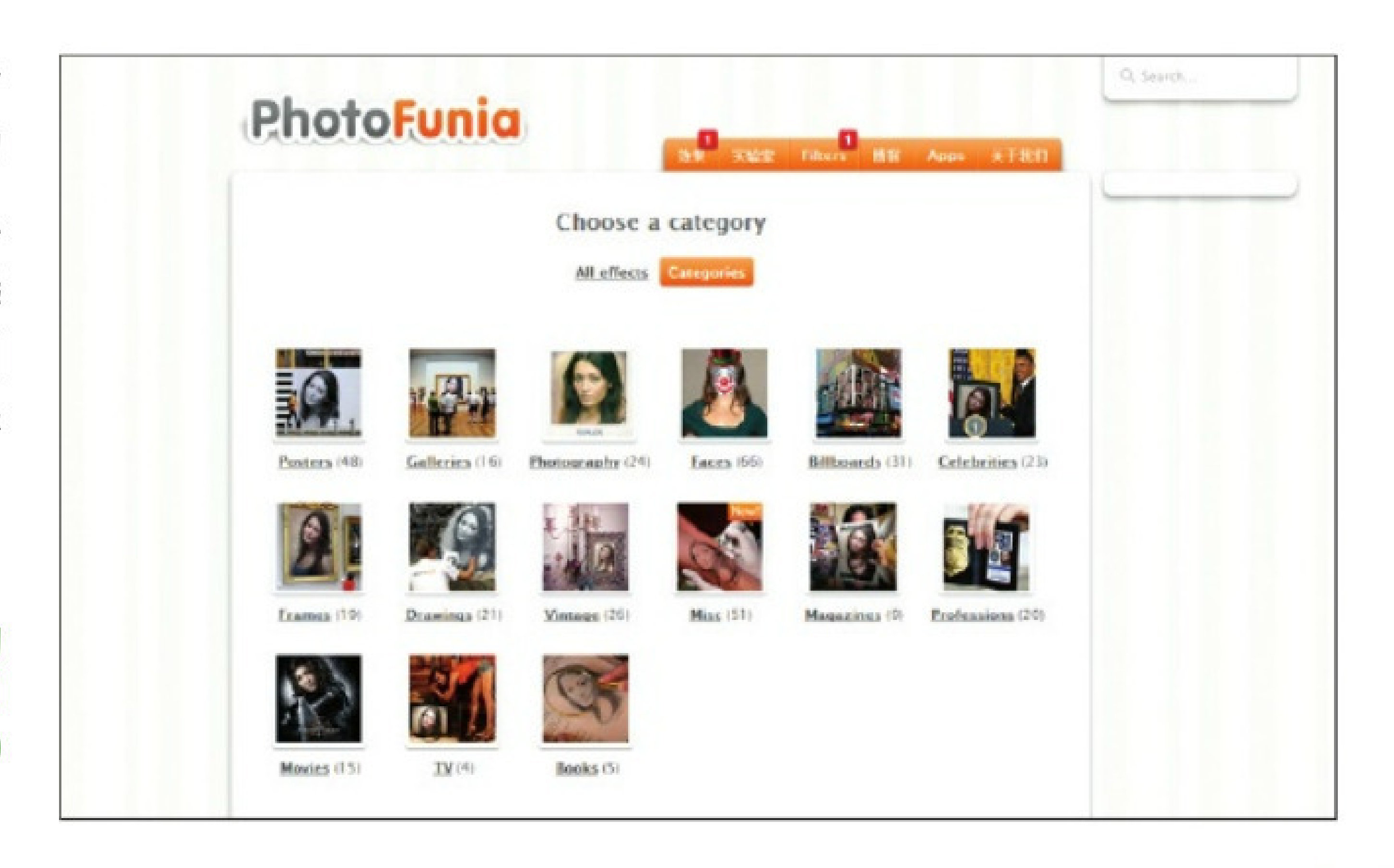


右： Pizap的抠图功能也比较实用，方法是用笔刷涂抹一块区域，软件会自动分析边缘将它提取出来，实际效果还算过得去，用来恶搞照片会比较省时间。不太方便的是Pizap的编辑工具是Flash程序，无法在iOS设备上访问。

3. Photofunia

网址：http://cn.Photofunia.com/

在线图片处理领域，Photofunia可以算得上是个老牌经典，前几期的“掌上乾坤”栏目还介绍过它的Android版本。与移动版相比，网页版的Photofunia显得十分成熟，用户可以从“实验室”中分门别类地选择特效，“效果”中更有200余种照片等待你去发挥创造，比如你可以恶搞最新电影或者把自己的照片修改拼图，甚至还可以把家人的照片制作成日历。

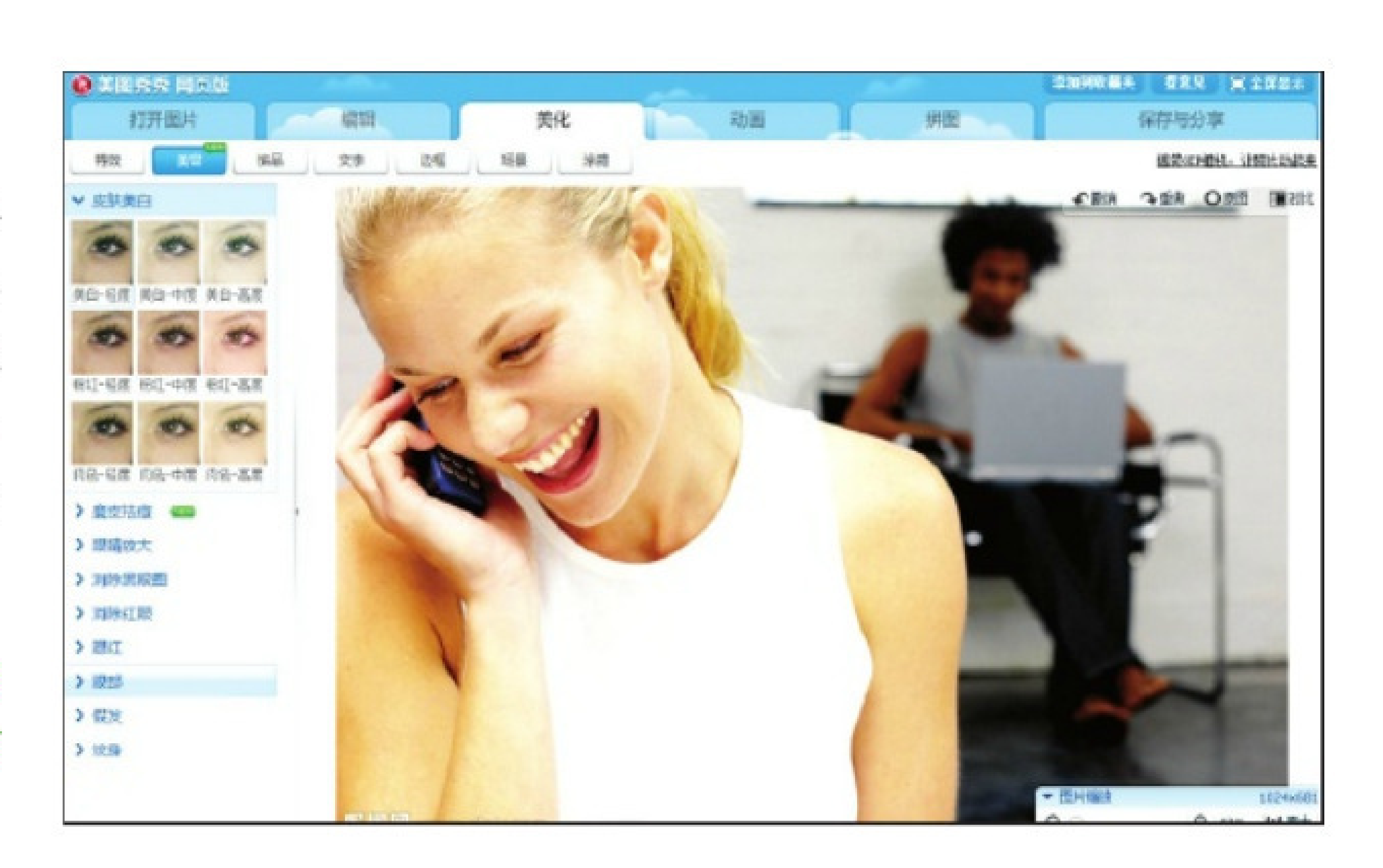


右： 在Photofunia提供的“效果”中，有摄像机图标的代表是GIF动画，“HD”图标的为高清版本可作为壁纸。网站对上传照片的要求是单张不超过10MB，所以就算是2000万像素的大图也不在话下。

4. 美图秀秀网页版

网址：http://xiuxiu.web.meitu.com/

美图秀秀网页版提供了图片编辑、美化、动画、拼图等几大功能，和桌面版一样界面和易用度比较平易近人，零基础用户也能轻松使用。“背景虚化”“局部马赛克”“局部色彩笔”都是它的特色工具，而且都是在线图片处理网站中比较少见的服务。美图秀秀融入很多时下流行的特效、饰品以及文字，效果出色的化妆功能也很独特。



右：化妆功能可以改变皮肤颜色、放大眼睛、消除黑眼圈……要想清除脸上的痘痘也可以用笔刷直接涂抹掉。此外网站也自带几百个模版，其中不少都很有特色。

5. 可牛网页版

网址：http://yx.keniu.com/online/online2.html

可牛网页版分为“人像美容”“文字与饰品”“图像特效”“魔术场景”4大模块，和美图秀秀在功能上有很多相似之处，而且同样都是用Flash编写。不过可牛也有自己特色，不少滤镜和素材都比较漂亮，可惜的是“染发美白”等特效必须下载其客户端才能实现。可牛比较适合爱美的女孩使用，可以添加假睫毛、眼影或者让眼睛变色。

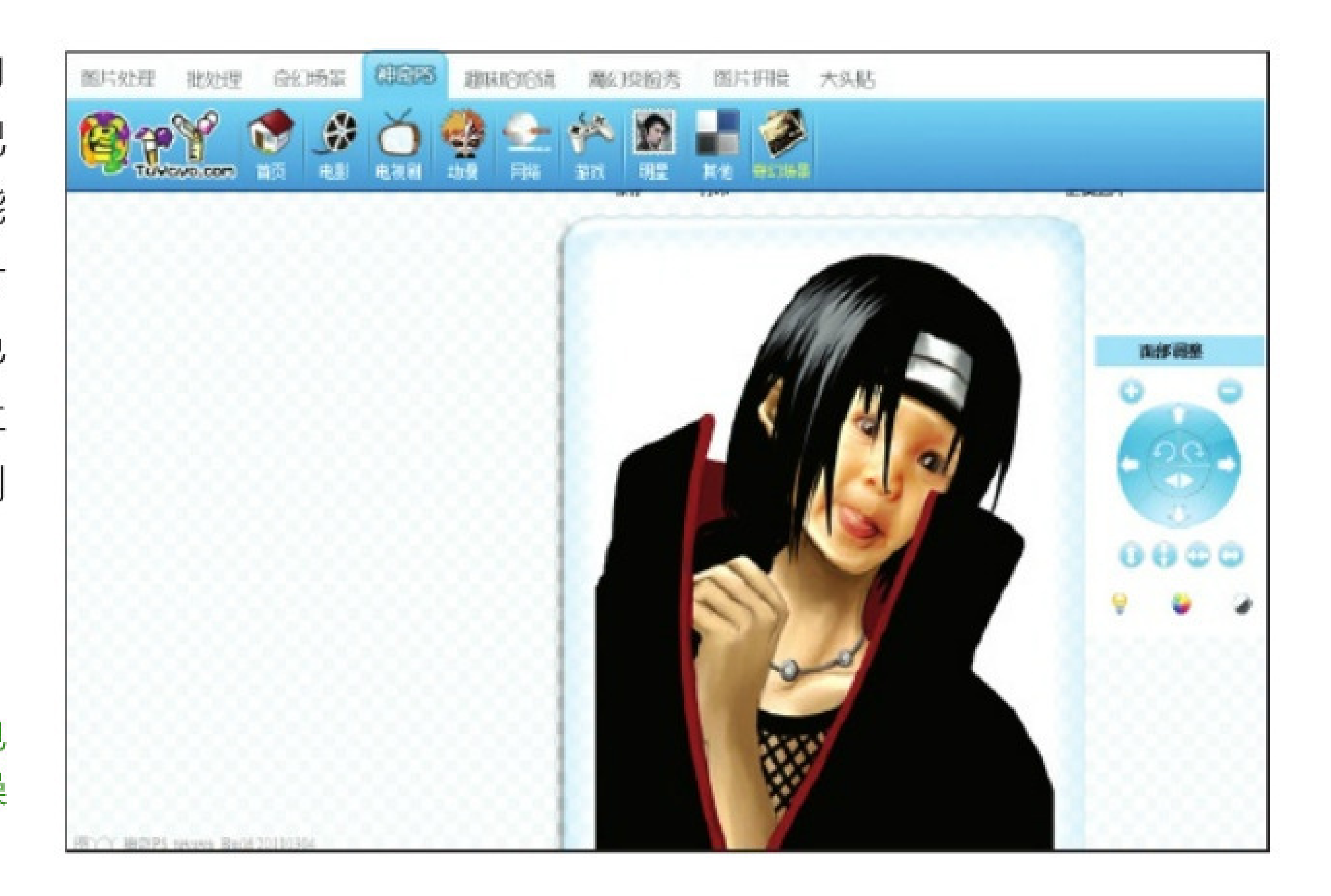


右：操作时先在上方选择一个项目，再由页面左侧选择子条目，右侧就会显示各个效果和饰品。网站的响应速度较快，点击一个素材会自动完成下载，只是界面的友好程度仍需改善，一些特效也显得有些陈旧。

6. 图丫丫

网址：http://www.tuyaya.com/

图丫丫在用户体验上有许多值得肯定的地方，比如它内置了搜索网络图片功能，用户只要输入关键字，网站就能把相关图片找到，省去了寻找素材的麻烦，修改后的图片还能方便地上传至QQ空间相册。对于新手来说，网站载入图片后会人性化地弹出提示框来指导用户使用“一键美化”“色彩蒙板”等工具。“魔幻变脸秀”“趣味哈哈镜”功能会让照片动起来，很多网友在论坛的个性签名就是用这类工具制作的。



右：“奇幻场景”和“神奇PS”可以把照片进行合成，图丫丫为此提供了许多年轻人喜欢的模版，包括时下流行的电影、连续剧、动漫、游戏。上传照片并按照网站提示的步骤操作，只需几秒钟时间，有趣的照片就能出来。

结　语

不要吝惜修改照片需要的那一点点时间，它们不仅是你记录生活的方式，也是与家人朋友分享快乐的途径。只要处理得当，一张平淡无奇甚至准备扔进回收站的照片都能在你的鼠标操作下变得大不相同。不论使用哪种方式，当许久之后再看这些照片时你就会发现，它们已经成了你记忆中最宝贵的一部分。

拍照出片，随心所欲
在线数码冲印服务横评



■贵州 冰河洗剑

把旅途中拍摄的照片通过网络发送给冲印服务商，结束旅程返乡之后，照片已被冲印完毕送到家中等待欣赏了。足不出户就可以轻松冲印数码照片，网络在线照片冲印服务为广大摄影爱好者带来了极大的方便。除了便捷性与价格优势外，在线冲印照片服务真正吸引普通摄影爱好者的卖点在于提供了许多个性化定制服务，用户可以利用拍摄的照片制作各种创意产品。

其实，在线冲印数码照片并不是什么新鲜的概念，这项服务早在3年前就曾经红极一时。不过我们都知道，流行的风潮和实用化的服务项目不一定是同类概念，在这股潮流已逐渐降温的今天，经过了时间与市场的洗礼考验之后，留存下来的各种口碑优秀的网络冲印服务，才是真正适合用户挑选的项目。

便宜、方便与个性化创意：选择在线冲印的几个理由

如今，各种实体数码照片冲印店铺并不少见，照片打印机也已经很普及了，为什么我们还要选择网络在线冲印服务呢？

首先当然是因为**方便**。在线发送照片冲印，快递会将冲洗好的照片送上门来，不必专门到实体店跑来跑去送片取片。随着以智能手机为代表的移动终端和无线网络服务进一步普及，拍好的照片直接上传到网络相册之后，用户可以随时随地冲印自己喜欢的照片。这种便捷的服务使得数码照片冲印的流程更为简洁，也是在线冲印最具优势的地方。

其次，**价格便宜**更是在线照片冲印的优势之一。在实体店面冲印照片，无论是柯达皇家、柯达晶锐还是富士晶彩的6寸照价格通常都在1元人民币以上，而在线冲印的费用竟然低到只需5角左右，仅仅是实体店铺价格的一半！其实造成这个价位落差的原因并不复杂：实体冲印店的耗材成本和店面租金都会计算在客户缴纳的费用中，直接导致了实体店冲印价格一路攀升。当然，在线冲印还需要额外支付一笔快递费用，不过在照片数量较多的情况下，这部分额外费用很容易就能通过低廉的单位价格节省下来；即使冲印照片的数量较少，用户也享受了送货上门的服务，省时省力同样非常值得。

除此之外，在线数码照片冲印服务最具竞争力的就是制作**各种数码冲印个性产品**——将情侣的照片转印在T恤上，制作个性的情侣衫；将外出旅游的照片集结成册，制作成一本旅程纪念照片书；新年伊始，制作自己的个性照片台历挂历；将伴侣的照片印在杯子、手机链、钥匙扣甚至鼠标垫上……普通的照片冲印店要么无法提供此类服务，要么种类寥寥无几且成本价格高不可攀。

当然，实体店铺也不是完全没有优点，店面工作人员可以根据用户的要求给照片做出适当的修改、调光等。不过，现在各种一键式的照片美化软件数不胜数，而且网络冲印也开始提供类似的照片修正服务，实体店铺在这方面的优势愈发显得缺乏竞争力了。

第一印象：细数知名的在线数码照片冲印服务

在线数码照片冲印服务拥有诸多优势，但在一些对网络消费抱持怀疑态度的用户眼中，总会是显得不那么可靠。事实也确实如此，如今在线数码照片冲印服务的质量差距还是很明显的，我们一定要选择那些创建时间较长且信誉可靠的商家。

目前国内流行的照片在线冲印服务有很多，比较出名的包括网络运营商中国电信提供的“爱冲印”以及联通运营的“冲印我世界”，大型门户网站网易推出的“网易印象派”，历史较久口碑也不错的“公众冲印网”“喀嚓鱼”“有福网”“酷虫网”和“淘洗坊”等诸家在线冲印服务。

在本期的专题中，我们挑选了其中较有代表性的几家在线冲印服务行简单介绍和详细的对比评测。

1.爱冲印，爱生活——中国电信“爱冲印”

“爱冲印，爱生活”，这是中国电信旗下的“爱冲印”网站（photo.189.cn）提出的宣传口号（图1）。将照片与生活的美好瞬间密切联系起来，给了我们更多举起相机的理由。

“爱冲印”上线于2009年5月，在全国范围内面向中国电信“我的e家”用户、家庭宽带用户和互联星空用户等客户群开放。“爱冲印”具有操作简便、上传速度快以及支付灵活等特点。用户登录“爱冲印”网站，在线上传数码照片，选择冲印尺寸、张数后，可选择通过互联星空账户、“我的e家”积分兑换、支付宝或者电信全业务充值卡等多种方式进行在线付费。

除了普通的数码照片在线冲印之外，“爱冲印”还推出了近百种个性化产品和增值服务产品项目，比如制作照片墙，或者把照片印在杯子和家居摆设上面，充分体现了“爱生活”的主旨。

“爱冲印”非常重视与用户的互动，曾经组织过摄影之友比赛、批量冲印优惠等活动，进一步聚集人气扩大影响（图2）。目前，中国电信“爱冲印”的注册用户数量已突破120万，单日冲印量最高达17万张。



中国电信旗下的“爱冲印”

不仅是服务，也是生活——“爱冲印”举办的摄影之友比赛

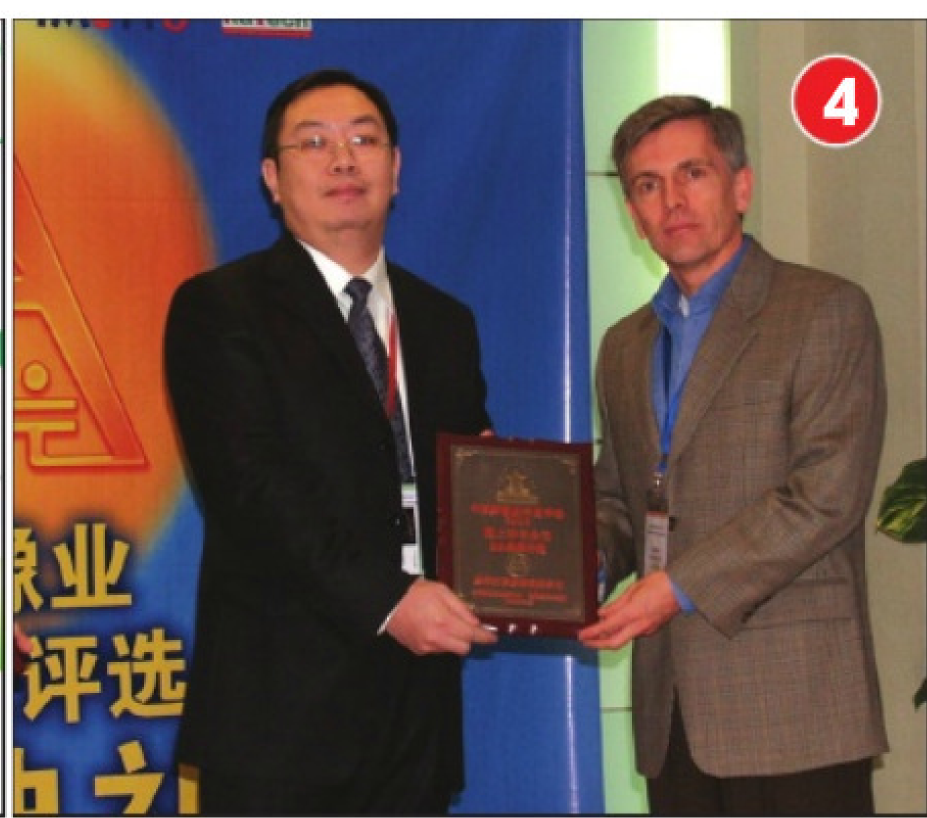
2.冲出美丽，印出精彩——联通“冲印我世界”

“冲印我世界”（www.cuphoto.com.cn）是中国联通集团推出的大型网上冲印平台（图3），是一项专为宽带用户和3G用户提供的网上冲印服务。

用户只需登录网站上传照片，生产中心即可按照用户的要求冲印照片制作个性产品，并用最快的速度送到用户手中。“冲印我世界”的网站还提供了超大免费存储空间，用户可以随时随地与朋友家人分享照片，并有数百种个性化冲印礼品随心定制，让创意随手可得。



冲印出我的精彩世界



“冲印我世界”

“冲印我世界”有3家大型专业生产基地，采用信息化管理，日均出片数量在10万张以上。照片冲印采用正版原装富士进口相纸，取得富士激光数码冲印品质专业认证，并曾获由全球影像行业权威杂志《影像通讯》和中国影像行业研究中心联合主办的“中国影像业年度评选 · 2006”网络数码冲印奖项最高荣誉——“中国影像业年度网上冲印公司AA金照片奖”（图4）。

“冲印我世界”提供的支付方式十分丰富，包括网上银行支付、支付宝支付、银行汇款和冲印卡等多种途径，并且在全国多个城市提供了就近自取点和免费自取点。

“冲印我世界”与“公众冲印网”，谁山寨了谁？

国内有一家非常出名的在线冲印服务网站“公众冲印网”（www.pptake.com），打开这个网站，我们会发现其界面和提供的各种冲印服务与“冲印我世界”如出一辙（图5）。两家网站究竟是谁山寨了谁？我们应该选择哪家网站才能获得更有质量保障的在线冲印服务？

其实，“公众冲印网”隶属于北京国脉创新技术有限公司，而中国联通的数码冲印平台“冲印我世界”正是该公司开发并负责运营的；因此两家网站的区别只是名字不同，实际上两者的功能与服务完全相同，并且注册的用户账号也是通用的。

“公众冲印网”与“冲印我世界”界面及服务完全相同

3.“无设计，不生活”——网易印像派

“印像派”（yxp.163.com）是国内大型门户站点网易旗下的数码在线冲印平台，其主旨是“无设计，不生活”（图6），倡导个性，提供了非常优秀的个性影印和个性礼物定制服务。

网易印像派拥有多台全球最先进的照片冲印设备（宝丽机、诺日士、富士魔术手和丽捷机），提供了严格的质量控制体系，30天内发现质量问题可以免费退换货。网易印像派照片冲印均采用原装柯达和富士相纸冲印，色彩还原度高，层次鲜明。

另外，网易印像派拥有网易独家的影像融合技术，可以自动校正照片颜色，冲印照片省心省力。至于支付方面则支持网上银行和支付宝，安全方便。



4.世界在线冲印服务的领导者——惠普“喀嚓鱼”

早在2007年9月，惠普公司的网络在线冲印业务Snapfish就已正式登陆中国市场，其中文名称为“喀嚓鱼”（www.kachayu.com）（图7）。

“喀嚓鱼（Snapfish）”是当今国际网络冲印服务的领导者，在全球范围内拥有8500万注册用户且保存有30亿照片，目前中国注册用户的数量也已超过370万。“喀嚓鱼”提供专业照片冲印、网上分享照片和无限照片保存空间等服务，以及一系列个性化照片礼品。

在“喀嚓鱼”网站上，用户不仅可以选择网上相册中的数码影像冲印成各种尺寸的照片，还可以自己设计制作个性化T恤、扑克牌等照片礼物。此外，用户可以免费获取私人网络相册来上传数码照片，该相册既没有空间限制，对照片的大小也没有限制，更不必担心隐私侵犯等问题。

“喀嚓鱼”的注册用户可以选择网上付款和货到付款方式两种方式，目前货到付款方式已经覆盖全国60个城市。



注重个性设计的网易“印像派”　　世界在线冲印领导者“喀嚓鱼”

5.冲印留幸福——有福网

除了各大网络运营商、门户网站以及著名IT公司推出的在线冲印服务外，还有许多同样值得尝试的独立运营在线冲印平台。这些平台或者在价格上有优势，或者提供了更为个性的DIY设计功能，同时在线冲印的速度与质量都很有保障。这里我们挑选了其中知名度较高的“有福网”作为代表参与评测。

“有福网（YoFus）”（www.yofus.com）是国内领先的网上冲印和DIY个性印品定制平台（图8），网站由广州市有福数码科技有限公司创立，于2008年上线，目前注册用户已经超过55万。

“有福网”旨在为热爱生活的人们提供全新的照片分享和展示方式，从形式简单的照片冲印到充满创意的个性产品，从传统的影像产品到自己动手制作的DIY个性作品。最值得一提的是，“有福网”提供了一款功能非常强大并且使用非常简单的DIY设计软件，用户可以自己动手设计出专业级效果的作品，如画册、台历、贺卡等等。



提供了个性印品DIY软件的“有福网”

比我们的印象更简单：在线冲印服务使用体验对比

到实体店面冲印照片的步骤很简单，提供照片并付款，到时间来取照片就可以了。而在线网络冲印似乎有些复杂——注册用户账号繁琐吗？如何在众多的冲印产品中找到自己需要的服务？查看管理冲印交易又该如何操作？

其实，在线冲印服务的操作远没有我们想象中那么复杂，知名度较高的各大服务商都提供了完善的用户交互界面，即便是没有接触过网络电子消费服务的用户也能很轻松地体验在线冲印。

哪家在线冲印服务用户体验更好？

	是否需要注册	注册表单填写	其它登录方式	导购界面体验
中国电信“爱冲印”	需要	简单	新浪微博、腾讯QQ账号、MSN、优酷和天翼账号	★★★★★
联通“冲印我世界”	需要	最繁琐	无	★★★
网易"印像派"	需要	繁琐	网易通行证/新浪微博、腾讯QQ账号、MSN和人人网	★★★★★
惠普“喀嚓鱼”	需要	简单	无	★★
有福网	需要	繁琐	无	★★★

1.注册便捷性

本次参评的几家在线冲印服务都需要先注册方可使用。

中国电信的“爱冲印”与惠普“喀嚓鱼”的注册表单填写是最简单的，用户只需填写邮箱、密码与验证码几个简单选项即可（图9）；另外几家在线冲印服务的注册表单项目填写相对繁琐一些，其中“冲印我世界”的注册表单项最多，还需要填写手机号并选择所在地区（图10）。

另外，“爱冲印”支持国内常见的新浪微博、腾讯QQ账号、MSN、优酷和天翼账号登录，完全可以省去注册的步骤，使用非常方便。网易印像派也可直接使用网易通行证进行登录，支持新浪微博、腾讯QQ账号、MSN和人人网账号。



“爱冲印”的注册表单项目最简洁



“冲印我世界”注册填写较繁琐

无需注册最方便的在线冲印服务“淘洗坊”

有没有不用注册就能在线冲印的服务？当然有，“淘洗坊”（www.taoxi.com）就是一例。

“淘洗坊”是一家创建时间较早、知名度较高集冲洗和个性礼品定制为一体的国内在线冲印平台（图11）。这家平台为初次体验用户提供了无需注册即可在线冲印的贴心功能，使得在线冲印变得更加方便。当然，注册用户账号后可以方便查询订单，并有无限量存储空间、积分累计等多重服务，因此还是建议尽可能注册后再使用。



“淘洗坊”无需注册，在线冲印最方便

2.产品导购清晰度

除了惠普“喀嚓鱼”外，参评的在线冲印服务都有很清晰直观的导购页面。

“喀嚓鱼”沿用的是惠普国际网站的页面风格，由于翻版自国外网站且本土化处理得不够彻底，导购页面看起来不够直观（图12）。中国电信“爱冲印”和网易印像派的分类最为清晰，提供了“照片冲印”“个性礼品”和“促销活动”3个清晰的分类栏目（图13），让用户可以最直观地选择自己所需的服务。

另外几家在线冲印服务的分类则没有“爱冲印”那么直观。例如联通“冲印我世界”将“内雕水晶、马克杯”等冲印礼品从“礼品商城”中单独分类出来（图14），同时在页面侧边栏中又有多处礼品分类入口，页面布局显得有些凌乱，导致用户可能重复浏览或遗漏某些自己喜欢的印品模式。



惠普“喀嚓鱼”界面的本土化处理不够彻底



“爱冲印”导购页面最直观

“冲印我世界”分类较杂

实战操作大比拼：照片冲印谁便捷？

照片冲印是各大在线冲印平台的基础项目，到底哪家平台提供的服务更加便捷易用呢？

照片冲印服务大比拼

	照片冲印向导	直接批量上传	插件上传	自动压缩上传	网络相册	相册隐私设置	手机上传	其它途径上传	上传照片像素检测
中国电信“爱冲印”	★★★★★	√	×	×	×	×	Android，支持手机冲印	×	√
联通“冲印我世界”	★★★	√	√	√	√	√	iPhone，支持手机冲印	×	√
网易“印像派”	★★★★★	√	√	×	√	√	√，仅上传	×	√
惠普“喀嚓鱼”	★★	√		√	√	√	√，手机Email附件上传	PC客户端、电子邮件上传	√
有福网	★★★	√	×	×	×	×	×	PC客户端“有福艺术家”	√，提示醒目

1.照片冲印向导

作为冲印平台的基础功能，各款在线冲印服务都在页面中提供了显眼的“照片冲印”链接，点击即可开始进行照片冲印。但是在冲印的过程中，是否可以给予用户直观详尽的向导提示，则决定了各照片冲印服务易用体验的差异。

经过对比，中国电信“爱冲印”的照片冲印向导是最为直观详细的。首先，这家平台为不同的用户需求提供了3种照片冲印方式，包括大尺寸冲印、冲印店批量冲印和家庭用户冲印，用户可以根据自己所选择的冲印方式设置冲印选项。在向导中还可以展开相纸、材质选择的区别提示信息，以及不同的价格表。选择完毕后添加照片，加入购物车即可进行支付，在向导提示下整个在线冲印流程完成得非常轻松直观（图15）。

网易“印像派”和联通“冲印我世界”的冲印向导没有那么华丽，但流程提示也很直观（图16）。惠普“喀嚓鱼”和“有福网”都没有清晰的流程向导，将各种设置项都集中在一个页面中（图17），操作起来不够轻松。



“爱冲印”在线冲印流程



“印像派”在线冲印也很直观　　“喀嚓鱼”没有直观的冲印向导

2.照片上传功能与相册支持

在需要冲印大量照片时，照片的上传比较麻烦，因此主流在线冲印服务都提供了批量上传的功能。

参评的各大在线冲印服务都可安装相应的浏览器插件，直接对照片进行批量上传，特别是惠普“喀嚓鱼”更是提供了多种上传工具，可以更广泛地兼容不同浏览器用户的操作。网易印像派与联通“冲印我世界”还支持IE浏览插件上传，速度更快更稳定。另外，联通“冲印我世界”安装IE插件之后，还可以实现压缩上传和原图上传等功能（图18）。压缩上传方式可以自动压缩原图体积，大大减少上传时间。虽然压缩后清晰度比较原图略有降低，但足以满足8寸以下的照片冲印效果需求。惠普“喀嚓鱼”也支持调整压缩的“高速上传”方式（图19）。

中国电信“爱冲印”没有为用户提供在线相册，用户上传的照片甚至不能自动保存；“有福网”虽然也没有提供单独的网络相册功能，但是用户上传的照片都会保存在服务器上，以便下次冲印或制作其它印品时选择使用。另外几款在线冲印服务平台都提供了网络相册功能，并且都有较好的个人隐私保护机制（图20）。

另外，需要特别提及的还有除了网页之外的其它照片上传途径，尤其是手机无线上传方式充分体现了在线冲印的便捷性。

中国电信提供了Android平台的“爱冲印”，可通过手机直接拍照、无线上传照片进行在线冲印（图21）；联通“冲印我世界”网站上没有提供手机客户端，但在其姊妹版“公众冲印网”上提供了iPhone版本的“公众云相册”，同样可以使用iPhone移动上传照片并冲印（图22）。

惠普“喀嚓鱼”没有手机客户端，但支持手机通过Email附件方式发送上传到相册中，并提供了一个名为PictureMover的上传小精灵，可在PC端自动同步上传手机中的照片（图23）；“有福网”不支持手机上传，只提供了一个用于DIY产品的PC客户端，可以进行调整批量上传；网易印像派本身没有手机客户端，但同为网易旗下的“网易云相册”能够实现手机上传，而“印像派”支持用户调用该相册中的照片。



“冲印我世界”支持压缩上传



“喀嚓鱼”也支持调整压缩上传



“冲印我世界”可设置私人相册并进行密码保护



“爱冲印”支持手机上传冲印

“冲印我世界”支持iPhone上传照片并冲印

“喀嚓鱼”支持多种上传方式

3.上传照片的自动修正与美化

对于上传的照片质量，各服务平台都支持像素检测功能，其中“有福网”的警告提示最为明确（图24）。除了像素不足外，上传的照片可能还会存在尺寸裁剪不适合，以及曝光不足、色彩偏淡等各种拍摄缺陷。因此，在上传时对照片自动修正与美化的功能也非常重要。

中国电信“爱冲印”在上传时，可以自动进行简单的亮度与色彩美化，让照片显得更加亮丽；惠普“喀嚓鱼”能够自动对上传的照片进行消除红眼、旋转照片和色彩校正修复；联通“冲印我世界”则主要提供了照片尺寸的剪裁修正功能，在不符合打印比例的时候进行裁切或留白边（图25）。

“有福网”也提供了自动尺寸裁切与色彩修正，尤其是其PC客户端软件“有福艺术家”更是提供了非常强大的照片处理功能。几款服务中，唯有网易“印像派”未曾提供任何照片修正处理功能。

在线冲印只提供了最基础的照片自动修正与美化功能，对于缺陷比较严重或要求较高的艺术影楼照等作品，最好还是在本地使用专业图像处理软件修正美化后再进行上传冲印。



“有福网”上传照片像素不足警告

“冲印我世界”自动剪切不合比例的照片

4.相纸种类与材质

冲印所用的相纸关系着最终的照片效果。几家在线冲印服务都采用了柯达、富士的光面和绒面相纸，唯独只有惠普“喀嚓鱼”网站上没有注明所采用的相纸种类，并且只有光面和布纹材质两种选择，使得惠普“喀嚓鱼”的世界知名形象大打折扣！

独家卖点谁更强：个性印品DIY

除了基本的照片冲印服务外，各大网络冲印平台还提供了有趣的个性印品制作服务，用户可以选择将照片印制在杯子、鼠标垫和日历等物品上，制作出个性的照片书、杂志以及其它创意产品。相比之下，哪家平台的在线印品DIY功能更为强大丰富呢？

个性印品制作比拼

	照片书	画册	年历台历挂历	水杯	服饰	家居装饰	特色印品	DIY功能
中国电信“爱冲印”	√，12、8、4寸	√，硬壳、软壳、皮革	√，丰富	√，丰富	√，丰富	√，丰富	水晶相册、水晶饰品、各类卡片	方便
联通“冲印我世界”	√，12、8、6、4寸	√，硬壳、软壳、掌中宝、随身秀	√，较丰富	√，较丰富	√，丰富	√，一般	靓妆镜、课程表	方便
网易“印像派”	√，12、8、4寸	√，硬壳、软壳、皮革	√，丰富	√，丰富	√，较丰富	√，较丰富	手机壳、	方便
惠普“喀嚓鱼”	√，12、8寸	√，硬壳、软壳	√，一般	√，一般	√，较少	√，较少	×	方便
有福网	√，12、8、6、4寸	√，硬壳	√，较丰富	√，丰富	√，一般	√，一般	字母卡、宝宝识字卡、趣味阅读卡	强大，“有福艺术家”DIY软件

各家在线冲印服务平台都提供了照片书、画册、年历台历、水杯、服饰和家居装饰等常见的个性印品。

从评测表中不难看出，惠普“喀嚓鱼”的DIY印品种类不是很丰富，既没有其他平台提供的4寸迷你照片书（图26），画册与其他产品种类项目也较少，独家特色产品更是无从谈起。



“爱冲印”的迷你照片书

中国电信“爱冲印”的各类印品是最丰富的，特别是提供了其它冲印服务所没有的水晶相册制作。水晶扇、水晶锁、水晶太阳花、水晶地球仪等各种水晶主题礼品，让照片冲印作品更具收藏价值（下页图27）。卡片类印品包括定制的胸章、照

片卡、卡帖、书签、背包卡和大头贴等等（图28）。

联通“冲印我世界”提供了靓妆镜和课程表等特色印品（图29），“有福网”则有字母卡、宝宝识字卡以及趣味阅读卡等个性的卡片印制（图30）；网易印像派的iPhone个性照片手机壳也可以让你的苹果手机变得与众不同（图31）。

参评冲印平台的印品DIY功能实际上取决于产品的种类丰富程度。各家平台的DIY功能操作都很方便，简单地上传照片，拖动到模板中进行排列即可。值得特别点评的是“有福网”的个性印品DIY制作软件——“有福艺术家”，这是一款专为普通用户设计的个性印品DIY软件（图32），功能强大且操作简单，可以自由地选择背景和模板，随意添加文字说明。不懂设计的初级用户也可以用自己的照片亲手DIY出充满创意的影楼相册、照片书、卡片、个性台历、年历海报和个性卡贴等作品，然后再进行上传冲印。不仅提高了制作效率，更能有效地防止因为网络或其他问题导致作品丢失的问题。



“爱冲印”的水晶相册价格很便宜　　种类丰富的水晶饰品　　“冲印我世界”的个性靓妆镜



“有福网”的宝宝教育卡片　　“印像派”的iPhone个性照片手机壳　　强大的印品DIY软件“有福艺术家”

安全快捷的最后一环：细数冲印交易

将要冲洗的照片加入购物车，制作调整完毕各种个性印品之后，接下来就是进行支付交易，等待快递送货上门了。保障支付交易的安全性是用户最基本的需求，支付方式是否方便，快递送货是否快捷，都是在线冲印服务竞争实力的体现。

支付交易与冲印速度的对比

	支付方式	冲印与制作时间	快递物流及费用
中国电信“爱冲印”	支付宝、网银充值、电信宽带充值、爱冲印充值卡充值、中国电信充值付费卡充值和“我的e家”积分兑换充值	3天	普通快递（7元）、EMS（15）、电信自取点（1元）
联通“冲印我世界”	易宝、盛付通、支付宝、财付通、货到付款	3天	普通快递（7.8元）、EMS送货上门（15.8元）、就近自取（1—3.8元）、免费自取
网易“印像派”	支付宝、网银充值、网易宝、货到付款	3天	E邮宝（15元）、普通快递（10元）、顺风快递（25元）
惠普“喀嚓鱼”	支付宝、首信易	4天	无特别指定（照片7.9元+杯子8元）
有福网	支付宝、快钱支付、货到付款	3天	顺风速运（22元）、申通快递（9元）

各家在线冲印服务的下单都比较方便，上传照片或者个性印品后即可选择进行冲印，无需进行繁琐的操作。在支付途径方面，各大平台都支持支付宝和网银充值。其中，中国电信“爱冲印”依托于电信交易平台，提供的支付方式最丰富，包括电信宽带充值、爱冲印充值卡充值、中国电信充值付费卡充值和“我的e家”积分兑换充值等多种独家支付方式（图33）。

对于照片冲印与制作时间，这里我们挑选了20张照片冲洗与一个水杯印品进行测试。参评的服务一般可以在3天内完成制作（图34），唯有惠普“喀嚓鱼”花费的时间较长一些。

在快递物流的选择及费用上，以笔者所在地区贵州省六盘水市为例，几款在线冲印服务的快递收费都比较合理，相对而言中国电信的“爱冲印”更划算一些。比较离谱的是惠普“喀嚓鱼”没有可供选择的物流商，而且同一包裹中的照片与杯子竟然要分别计费（图35）！



“爱冲印”支持电信多种支付方式



“印像派”水杯印品在3天内即宣告制作完成



惠普“喀嚓鱼”的快递要分别计费

价格战与质量战：在线冲印的最佳选择

无论各家在线冲印服务的冲印、交易是如何方便，印品种类又是如何丰富，能够决定用户选择的关键词依旧是这两个项目：价格与质量，其中质量又是最关键的。

价格与冲印质量比拼

	冲印价格（6寸照）	优惠	冲印质量
中国电信“爱冲印”	柯达皇家0.60元、柯达晶锐0.58元，富士晶彩0.45元	“促销活动”专栏	满意
联通“冲印我世界”	富士0.45元	优惠活动	满意
网易“印像派”	富士0.45元，柯达0.6元	优惠活动	满意
惠普“喀嚓鱼”	其它相纸0.6元	新注册20张免费冲印券，各种优惠打折活动	满意
有福网	柯达0.5	促销专区	较差

价格便宜是在线冲印的优势之一，那么，又有哪家在线冲印平台将价格优惠进行到底呢？

以常见的6英寸照片为例，“有福网”的柯达相纸最为便宜，其他各家价格都差不多（图36）；但是需要注意的是，惠普“喀嚓鱼”采用的是普通相纸，但价格却与柯达相纸一样，因此相对价格还是显得过高了。

各家在线冲印服务都经常开展各种优惠活动，让冲印更加便宜实惠（下页图37）。惠普“喀嚓鱼”有一个特别针对新用户的优惠，新注册用户可免费冲洗20张照片。至于各种个性印品的价格，由于所使用的材质、模板、制作工艺各有差异，因此不便直接进行价格对比。

	柯达皇家		柯达晶锐		富士晶彩	
尺寸	门店价	爱冲印	门店价	爱冲印	门店价	爱冲印
5寸	1.00	0.58	0.90	0.50	1.00	0.42
5寸全景	1.10	0.58	1.00	0.50	1.10	0.42
6寸	1.20	0.60	1.10	0.58	1.20	0.45
6寸全景	1.30	0.60	1.20	0.58	1.30	0.45
7寸	2.50	0.95	2.40	0.90	2.50	0.85
8寸	4.50	1.80	4.40	1.60	4.50	1.60

36

“爱冲印”照片冲印价格

至于冲印质量，除了惠普“喀嚓鱼”外，其余几家的照片效果都非常令人满意。虽然在色彩、亮度上略有差异，但对于像笔者这样的普通用户来说，几乎看不出太大的差异。但也有不少用户反映某个网站冲印的照片效果不佳，其实往往是因为另外一些因素造成的。

首先，一些在线冲印服务提供了自动亮度与色彩调节等修正，在某些情况下可以起到较好的美化效果，但并不是所有的照片都适合于进行一键式调节的，有时反而会起到弄巧成拙的效果（下页图38）。有时候自动调节增强了对比度，却造成很多细

节无法辨识。

另外，还有一个重要的因素就是相纸材质的选择。数码文件的原片图像质量如果不高的话，富士及柯达光面相纸的表现都不理想，能够明显地看到颗粒甚至马赛克，这不是冲印的问题，而是由于冲印机器的解析度高造成的颗粒感明显。如果选择柯达绒面的话，反而能降低颗粒感，原因是绒面的表面本身就是有颗粒的，照片实际成像效果要好于光面相纸。有的用户选择了与照片不适应的相纸，再加上照片本身的拍摄缺陷，因此得到的冲印效果自然大打折扣。

谈到冲印所用的相纸，就不得不批评惠普“喀嚓鱼”，它所采用的相纸材质对照片冲印效果造成了很大的影响，是参评的几款在线冲印服务中比较差劲的。

至于作为测试的印品水杯，由于各家模板不一样，不能得出非常准确细微的效果对比。但是总体来说，图案与照片印制都还比较清晰，效果让人满意（图39）。顺便提一句，各平台冲印的照片和印品实物邮递的包装都不错，不用担心邮寄过程中损坏（图40）。



“有福网”的优惠活动

通过对几款在线冲印服务的易用性、产品丰富程度、冲印价格及成品质量等各方面的详细对比，可以看到国内的在线数码冲印服务已经完全有能力取代实体冲印店面了。特别是中国电信“爱冲印”各方面的测试表现都很优秀，依托其庞大的营销平台，终将改变我们的数码生活方式。但是测试的结果也不是全数都完美，国际著名的在线冲印服务惠普“喀嚓鱼”的中国版竟然表现如此之差，成为了国际网络产品中国本土化失败的又一典型，实在令人深感遗憾。P



自动调节对比度反而影响了照片冲印效果

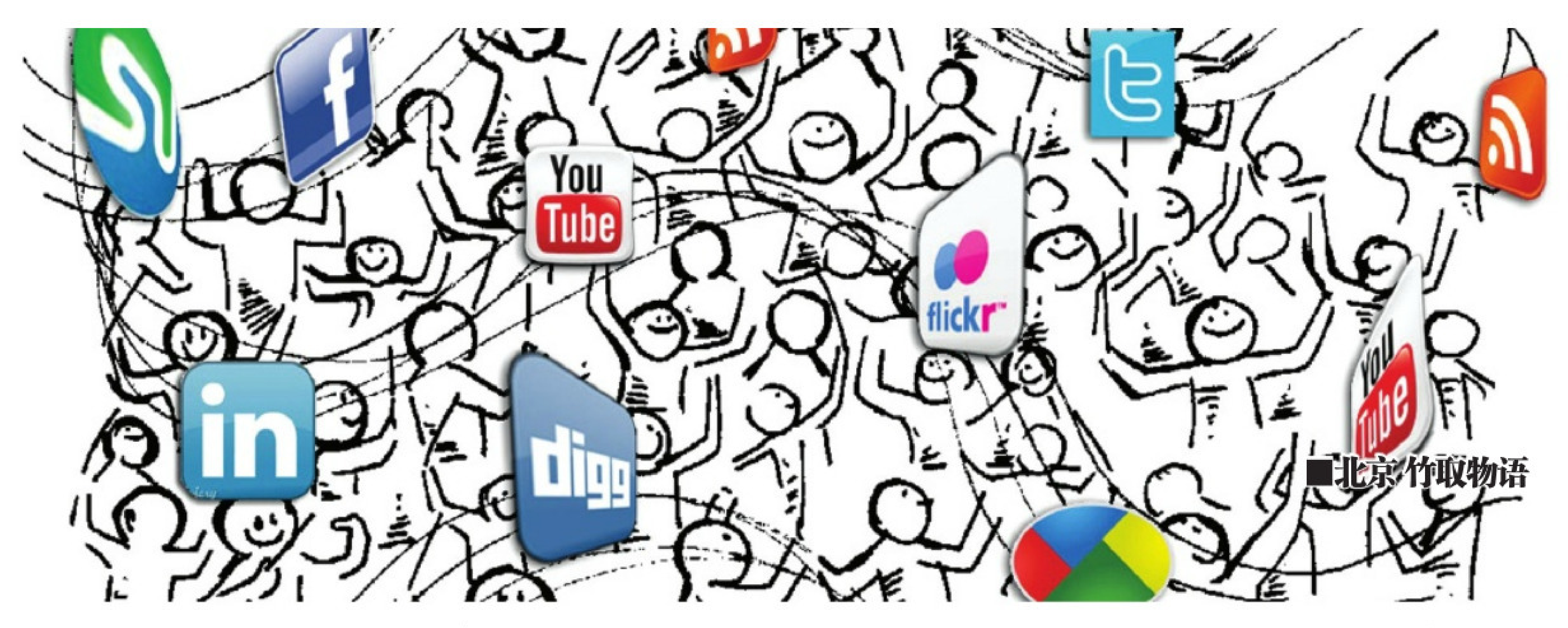


网易“印像派”的水杯



杯子的邮寄包装

从创意到财富
网络时代**图片分享**造富神话



■北京 竹取物语

多年前，老一辈摄影爱好者会拿着胶卷兴冲冲地跑去照相馆或冲印小店洗照片，如果赶上对方业务忙时还要等待数天才能从相纸上看到期盼已久的画面。在那个没有数码相机也没有互联网的年代，相片有着无可替代的作用——你不能和家人面对面视频聊天，但可以在相册中看看对方，感觉他们就像在身边；亲朋好友相聚时拿出影集看着照片讲故事也会特别温馨、有人情味。人们对于照片的喜爱、对于分享的热情成就了曾经的黄色巨人柯达，而之后互联网的爆炸性增长也颠覆这个行业，改变了人们的生活习惯，其中就包括分享照片的方式。时代的变迁摧垮了柯达，但也成就了新的巨人，创造了新的财富神话。当然，这些主角之所以万众瞩目，都是因为那些有关分享照片的故事……

扎克伯格：Instagram，I like it!

10亿美元能干什么？Facebook就用这些钱收购了一家小公司Instagram。不久前的这桩生意给很多人带来了启示，特别是对于整天与代码打交道的程序员和没日没夜地混在互联网上的创业者来说，10亿美元虽和自己没一分钱关系，但成功者身上的特质，多多少少都和自己有共同之处，他人的成功也在某种程度上起到了激励作用。对于很多朝不保夕的微型创业公司而言，相信有一天能将产品做得足够优秀是所有动力的来源，小的愿望是获得融资，大的梦想是被天价收购，不好意思说出口却一直萦绕心头的，是在一条未被发现的路上走下去，成为下一个业界传奇。

Instagram在技术上并无创举，“拍照+滤镜+分享”的小应用许多程序员在一星期就能写出来，可偏偏它就离奇地成功了。这家公司创立时间不到两年，零成本起家，员工和老板加起来只有13个人，看上去和其他创业公司没什么不同。你一定会纳闷，起点同样选在苹果的App Store，为什么只有Instagram能被天价收购？俗话说，成功要靠努力与机遇，形容成功时我们也有“天时地利人和”的说法，Instagram的“天时”在于选择了恰当的时机——iPhone热潮。

2010年9月20日Instagram正式版上线，恰逢iPhone 4火爆之时，出色的摄像头配置让人们从此更喜欢用手机拍照，操作简单得就像在用傻瓜相机。Instagram把iPhone的拍照功能深加工，美化了操作界面，添加了滤镜和分享功能，让人感觉像是在



Facebook收购Instagram以后，许多用户都担心后者会被“毁掉”，这是因为Instagram一直是完全免费的软件，扎克伯格一定会想办法用它来赚钱吧



看看Instagram的图标，简直就是一台拍立得相机嘛！

使用“拍立得”。所以Instagram的创新不在于技术，而是用户体验。

另一方面，Instagram的“地利”在于它选择了“AppStore＋图片社交化”的发展方向。苹果一直以时尚前卫来包装他们的产品，也确实达到了期望的效果，从而吸引了大量的年轻用户。这些人都是互联网的主力军，他们乐于接受新鲜事物，尤其是看上去酷酷的、有点文艺气质的东西，Instagram恰巧迎合了这些用户的爱好，得到他们的一致好评。软件本身的“苹果范儿”让许多人认为Instagram是苹果独占的软件，当Android版本发布时竟然在网络上还出现了强烈抗议。

最后一点“人和”不仅体现在两名创始人凯文·斯特罗姆（Kevin Systrom）及迈克·克雷格（Mike Krieger）与员工的默契上，更重要的是Instagram得到了扎克伯格的赏识。Facebook市值1000亿美元，10亿美元对他们来说真的不算多，而且这家社交网站的用户核心体验就是浏览图片，几乎所有用户都会花费大量时间维护自己的相册。Facebook由于缺乏经验，开发出的相似应用臃肿不堪，分享图片功能更是一塌糊涂，于是他们干脆选择了最有效的方式——买下最流行的应用把它变成自己的一部分。所以，我们可以说Instagram是幸运的，它的幸运在于有Facebook这样的大买家认同它的价值；Instagram更是聪明的，它选择了最让普通人喜欢的分享图片为根基，在短时间内为自己创造了巨额财富。



Instagram创始人合影，迈克·克雷格（左）成名后受到了美国总统夫人的接见，而凯文·斯特罗姆（右）则得到了与英国首相卡梅伦的会面，一夜之间都成为了名人



漫画中，老爷爷给小孙女看相册，小孩子惊奇地问这些照片是用Instagram中哪个滤镜处理过的……这正说明年轻人对于照片的理解以及分享习惯已与过去大不相同

不论在国内还是国外，现在有太多人在模仿Instagram模式，他们盲目地投入物力与财力却忽视了摆在眼前的现实：

1. Instagram是移动平台上第一个图片社交化应用，它抢在了所有人之前达到了3000万用户的里程碑。虽然并非独一无二，但它抓住了唯一的机会，其他失败者都被人们遗忘了；

2. 盲目跟风即是赌博，业界之所以称Instagram为“创新公司”正是因为这类脱颖而出的企业都有实实在在的创新能力；

3. 不是每个人都能中彩票，世界上有且只有一个Facebook，国内的“美图秀秀”号称有3000万用户，但谁能把它和10亿美元联系到一起？

假如你还不够确定，下面我们就回顾一下过去，看看“图片分享”在移动平台之外又让几家欢喜几家愁……

Tumblr：轻博客的重量

有段时间所有人都在玩博客，文艺青年们喜欢用优美的文字配上精美的图片使之成为自己的展示平台，后来普通人渐渐发现写文字太浪费时间，看的人有时也搞不懂别人用长篇大论都在说些什么。最后人们厌倦了博客，直到无话可说。从2004年Facebook上线之后，博客也就一点一点地失去了他的大众形象，只成为少数企业和个人的宣传平台。如今是微博的时代，Twitter从2006年7月上线后以短小精悍的形象向人们展示了另一种形式的娱乐和社交，它没有博客的冗长，也没有即时通信消息给人的紧迫感，就像国内微博通用的“140字＋配图”方式一样，已经能大概讲清楚一件事儿了。但使用微博时我们也有受到束缚的感觉，如果你想让故事更吸引人或者加入更多的图片和视频，就不得不连发多条微博。同样的情况也出现在国外，一种新形式的博客应运而生，它就是“轻博客”。



用WordPress创建一个自己的博客来分享照片会非常有个性，但它极度缺乏社交功能，很多时候你只能自我欣赏

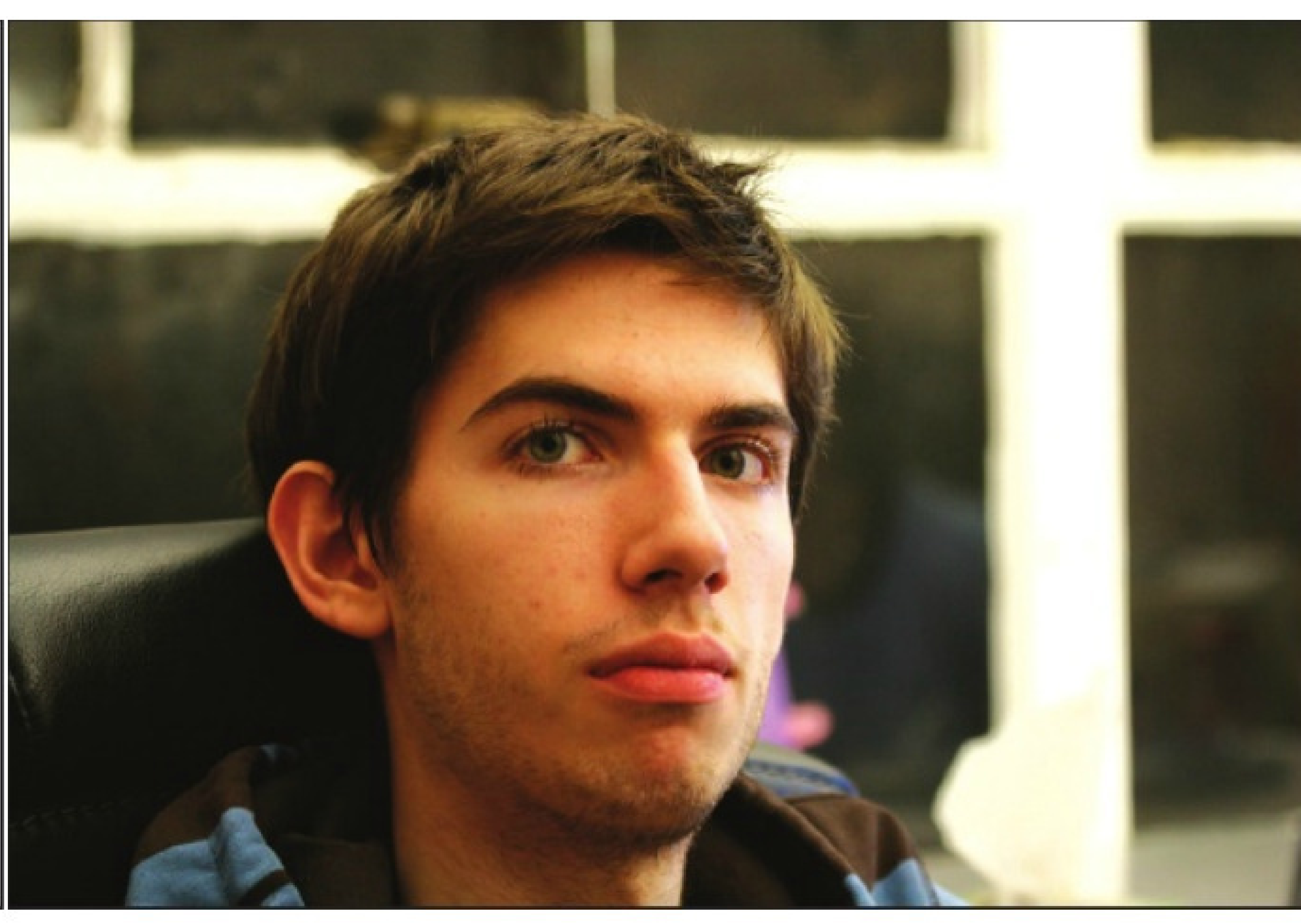


很多玩微博的人就是在用图片讲故事，一张图片胜过千言万语

Tumblr是轻博客的代表，它刚刚上线时由于一眼看去和Twitter差别不大，还引起了美国IT界关于“山寨”Twitter的指责。大卫·卡尔普（David Karp）是这家轻博客的创始人兼CEO，他17岁时离开家乡远赴东京学习编程。在日本的几年里，他逐渐发觉自己的梦想就是创业，而且一定是和互联网有关。在创业初期，卡尔普由于缺乏经验犯下了很多错误。“我谎报年龄，夸大团队规模，撒谎说自己有很多经验，直到现在我都觉得很丢脸……”，卡尔普后来回忆时这样对记者说。2007年，卡尔普在母亲位于美国纽约公寓的一间卧室里创建了Tumblr品牌，并称之为Twitter、YouTube和WordPress的结合体，上线两周就拥有了7.5万用户。



在这张Tumblr的宣传图中，同一页面可展示多张图片的特性放在了最显眼的位置，这可绝对不是巧合



只要卡尔普愿意，他随时都可以卖掉Tumblr用赚来的美元买两辆世界上最贵的跑车——开一辆撞翻另一辆，一点儿都不会觉得糟蹋东西！

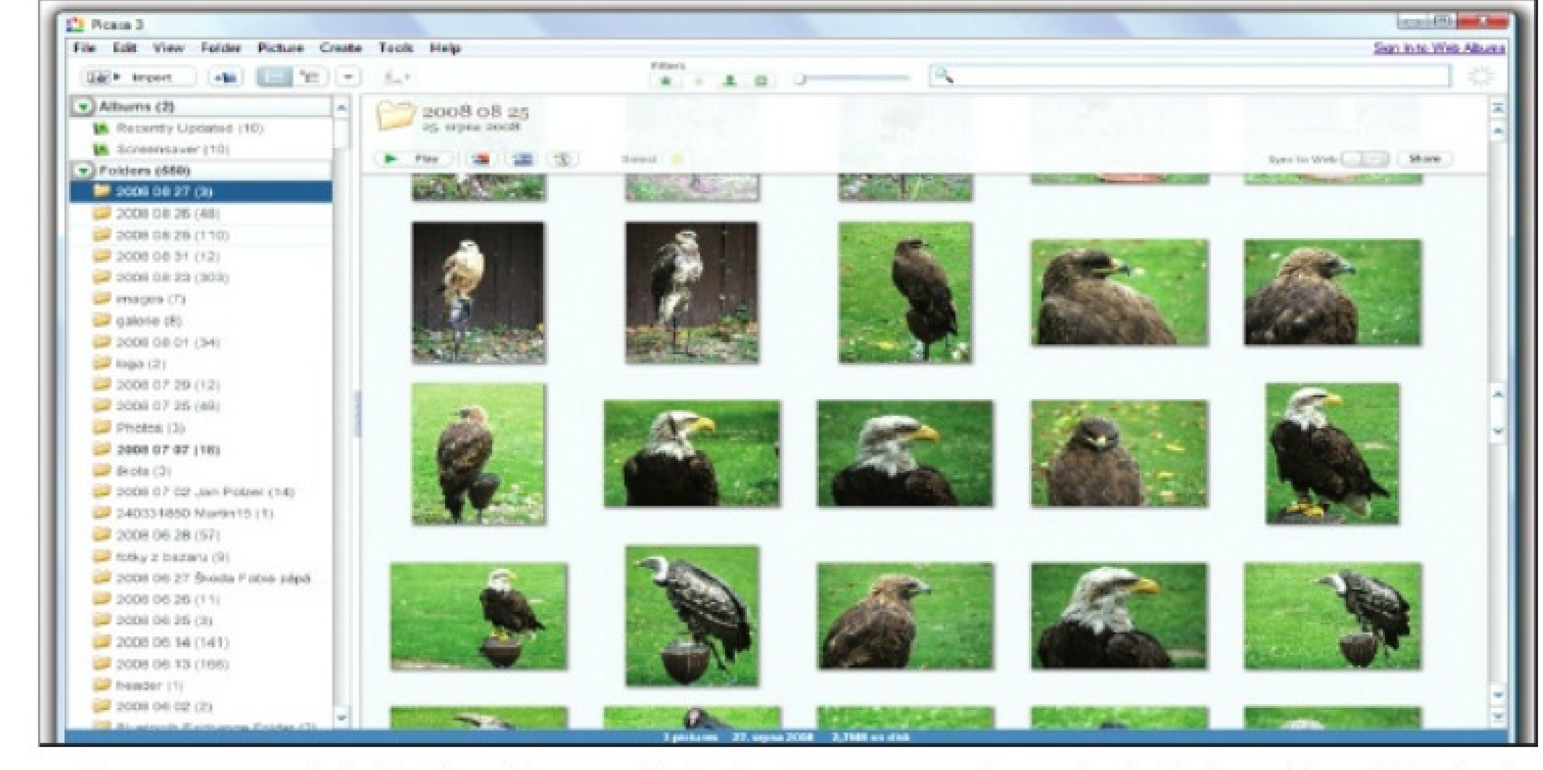
在接下来的几年中，卡尔普的Tumblr扶摇直上，成功获得了融资，许多名人陆续加入进来，例如美国总统奥巴马、流行歌手Lady Gaga等。但真正驱动Tumblr前进的还是各种各样的图片。Tumblr上的照片有独特的标签形式，比如你看到一幅漫画，它的标签中就一定有“Comic”字样，顺着这个标签及不同标签间的组合，你就可以找到其他感兴趣的内容。正因为这样的特点，许多漫画家、摄影师加入到了用户群中，他们为Tumblr提供了丰富的营养，从而越来越多的用户也被吸引进来。

Tumblr的口号是“Follow the world's creators”（与世界的创造者们同行），现在他们在美国最受欢迎网站中排名第12，员工数量发展至105人，月PV高达160亿次。不难想象，Twitter一定感到了来自于Tumblr的威胁。今年年初，有传言称Twitter联合创始人杰克·多西（Jack Dorsey）希望收购Tumblr，代价是20%的Twitter已发行股份。尽管卡尔普曾言明不会出售，但笔者相信只要价格合理，他也一定不会坚持拒绝的。

Tumblr的博文中一般大概都有1～5张配图，长文基本控制在500字以内，图片依旧是主导。Tumblr抓住人人都爱分享的思路，靠笼络漫画家、摄影师来提供优质内容，鼓励用户之间转播趣味图片，从而在竞争激烈的社交网络领域占有一席之地。和许多一味模仿Facebook、Twitter的公司相比，Tumblr要显得明智得多，或许有一天轻博客会以另一种形式在国内生根，而不是简单的复制模仿与照搬照抄。

Google：为什么不是我

Google是家伟大的公司，它的搜索引擎、云技术都属业界顶级，其产品与创造环境也让许多人受益。Google对图片分享格外重视，在搜索引擎不断升级的过程中，图片搜索功能也常有重大更新，所以他们非常清楚“图片”在网络时代意味着什么。早在2004年，Google就收购了美国Picasa公司，将其同名图片管理软件收入旗下，2006年时社交网络热潮已席卷全球，图片自然而然地成为用户最常分享的内容。Google于2006年10月正式推出Picasa网络相册，用户可以免费上传照片，并允许其他网站经过RSS摘要显示。



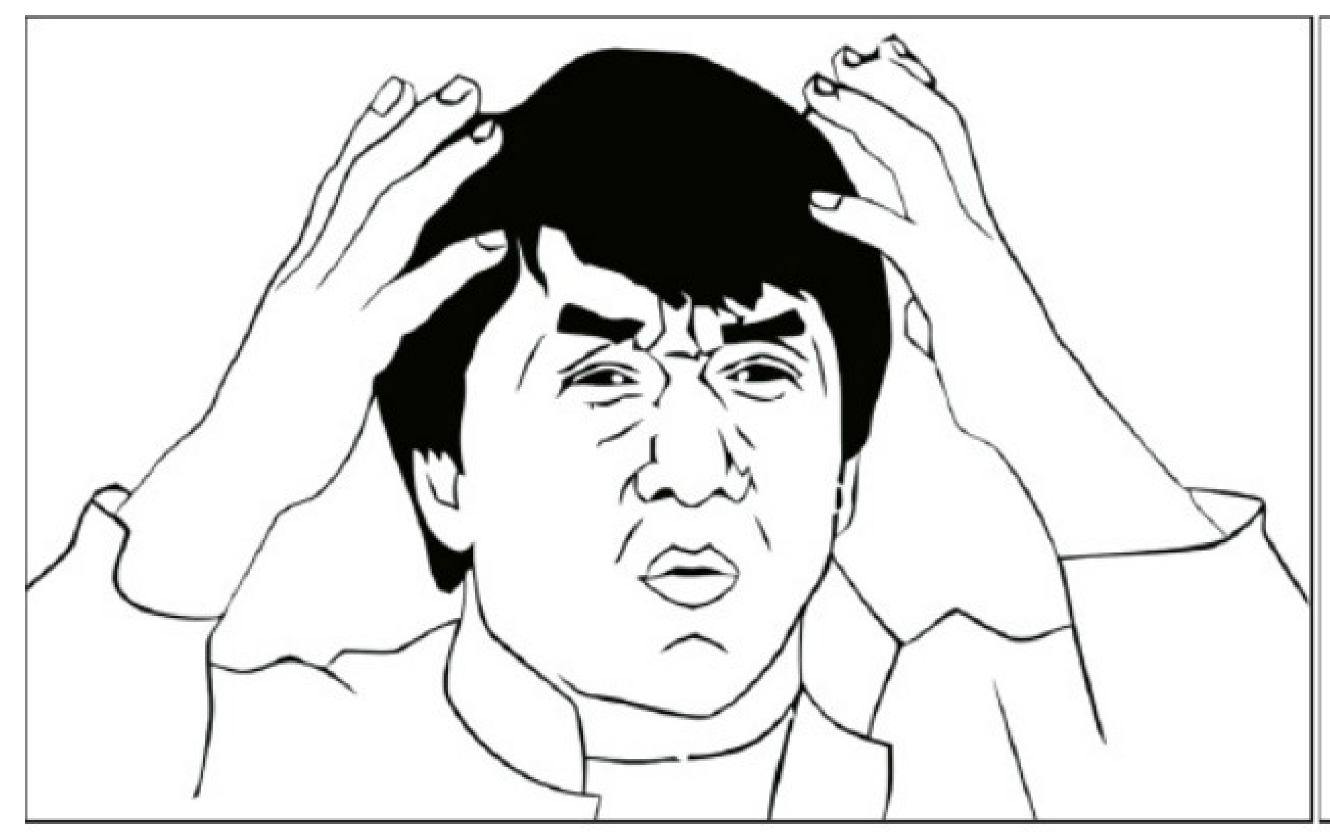
“Picasa是个好软件，第一眼就喜欢上了，可不知后来为什么用着用着就把它卸载了……”，一位朋友如实说道

不可思议的是，拥有“客户端＋网络版”的Picasa无论在国内外媒体的公开调查还是在网友的私下讨论中，都一直在用户评价上落后于雅虎的Flickr。不仅如此，只要是涉及到图片分享相关的服务，Google似乎都难以超越对手——从Google Wave、Google Buzz再到如今的Google+，都输给了竞争对手Facebook。为什么会这样？我们以Google+为例，Tumblr的卡尔普对它的评价是“从中看不到任何创造性的东西”，不过他的说法显然有些夸大。Google精细设计的“圈子”功能就可算是创举，它模仿现实社会中人的交际圈，你可以将不同人归为不同的“圈子”中，比如同事、家人、朋友等等，同一个人可属于不同的圈子（例如你的朋友也可以是你的同事），这样一来，一些含有隐私的内容就可以很好地被保护起来，特别是人们分享照片的情况。



Flickr用来保存自己的相片也可以观看其他人的照片，更重要的是可以随时随地把照片共享给Facebook和Twitter上的好友

如果你是一位IT工程师，一定会对Google的设计赞赏有加。实际上Google+在刚刚测试时有很多技术专业人士的确踊跃开通了账号，可没过多久他们就发现，尽管Google+拥有和Facebook同样甚至更好的功能，可那些已经扎根于Facebook的漂亮姑娘还是不愿意搬家过来，无奈之下小伙子们又回到了Facebook，继续“Like”美女们的靓照。根据互联网流量监测机构comScore研究显示，Google+用户平均的页面停留时间仅为3.3分钟，占Facebook用户450分钟的0.7%。现在回头看卡尔普的评价不难发现，“看不到”3个字意味深长，如果你想让产品得到最普通用户的认可，首先要做的就是让功能的特点能被用户看见。


“你应该用Google+，它虽然不是Facebook但能做和它同样的事儿！但是……凭什么换呢？”


起初人们为了追求新鲜事物，一窝蜂地冲进Google+。用了一会儿就会发现，如果要使用它还得重新设置人际关系、重新上传所有相片……实在是太麻烦了！

Google+最大的失败在于只知道如何实现功能，却不知该如何更好地展示内容。Google拥有大量技术型的工程师，很多人都缺乏对生活的细微认知和对大众的了解，我们可以对比一下美国现在非常流行的分享类网站Pinterest，它允许用户自由地从其他网站把图片“Pin”到自己的拼版上，再以“瀑布”方式在页面中呈现出来，用户一眼就能看到大量吸引眼球的图片，正是这样的易用性与直观性让它迅速流行。

或许Google应该再仔细研究一下这些成功的公司，Facebook、Instagram、Tumblr……分享照片不仅要创造互动，而且还要充满灵动的美感。毕竟，照片传递的本质从来没有改变，那就是对美的诠释与向往。

结语：未来给用户提供什么？

互联网的图片分享领域成就了一些人的一番大事业，不过有的人还在苦苦拼搏，难道发展已经遇到瓶颈了吗？技术上暂时也许的确是这样，开发所用的语言、用户浏览所需的带宽在数年内都不会有重大改变，不过若从产品的表现形式上看，这个市场还是有无尽的潜力等待挖掘。就像Pinterest用界面来讨好女性用户一样，未来也一定会有越来越多的产品选择为特定用户群体提供服务，或者专门实现某项功能。

现在已经有许多产品展现出了这种趋势，比如名为“Path”的移动平台应用只能和数量有限的人分享你的生活，帮你记录生活轨迹。还有像“Pinstagram”这样的网站，它是以Pinterest的瀑布展现形式让用户浏览Instagram上的图片，尤其适合喜欢看图的爱好者。也许过不了多久，不论是风景、食物、人像、宠物甚至是游戏截图，你都能找到一家最出色的产品为你提供服务。更加人性化、更加精致、更多定制功能的产品必然是大势所趋。P

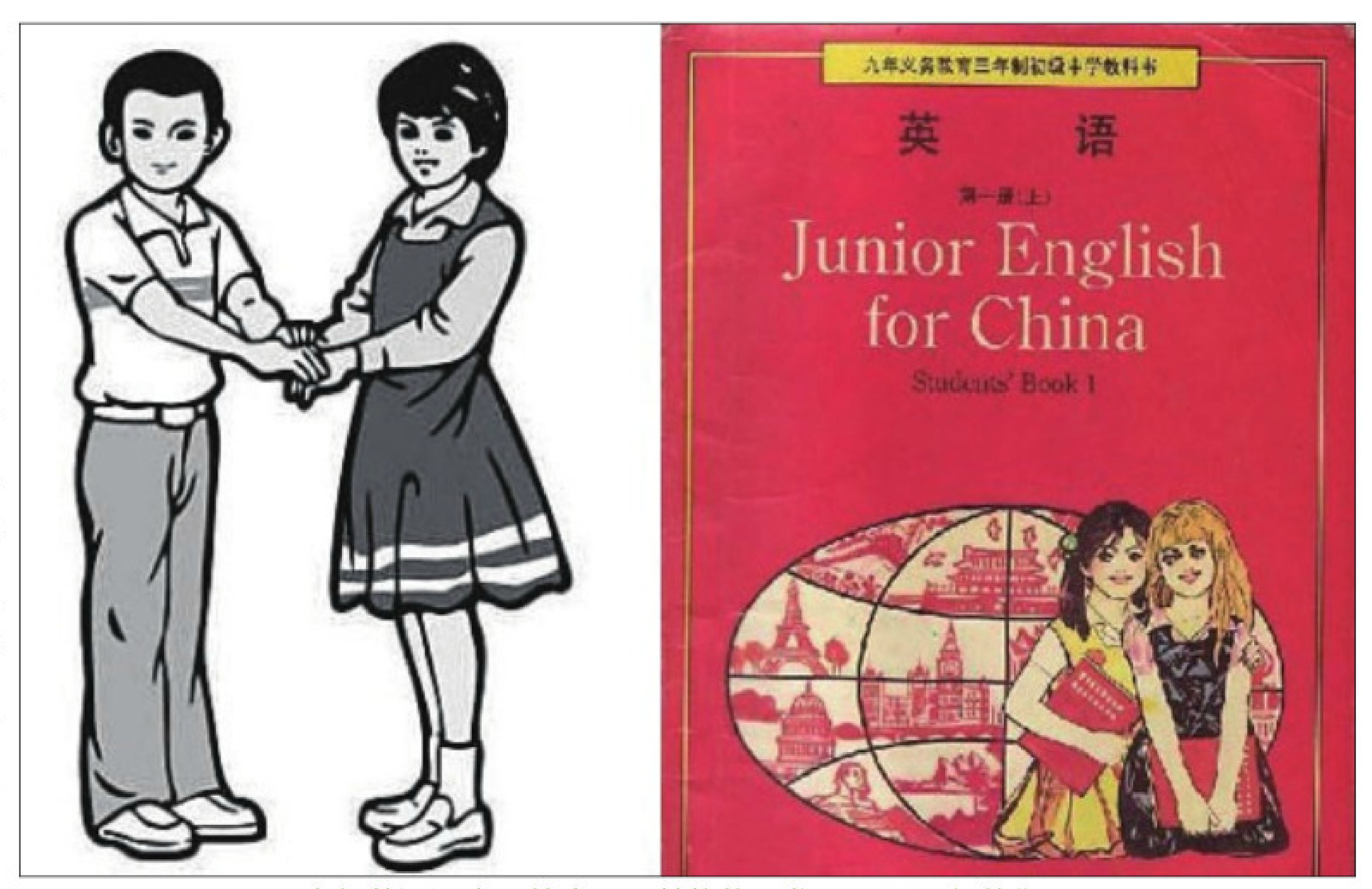
二十年后再相会
反向图片搜索技术应用



■上海 尚公子
上海 阮一峰

引子

城市的一角，初夏的黄昏，华灯初上时的烟雨有些迷蒙。他喜欢独坐在这家偏僻的小店，兀自吐纳着酒与烟的氤氲，带着些许醉意。窗外，最后一只飞鸟划过，眼下，不知名的歌者正弹唱着某些同样不知名的歌。“叮铃”一声脆响，有谁推开了半掩的门扉。他侧过头，以为是平常的过客，却不知，这一次他错了。那伴着铃声推门而入的，是个略显温婉的人儿，晚风吹散了袅袅的烟云，细雨不散，粘腻着清冷的魂。他应该认得她，却又不太记得，那是恍惚间留存于记忆深处的，悠久时间的倩影。放弃了思考悄悄拿起手机，拍了一张她还算清晰的照片，导入程序，检索，几秒钟后，照片主角的详细资料便显示出来。一瞬间，恍然大悟的感觉充斥头脑，他当然记得她，那个一直活在记忆里的，犹如阳光一般晴朗的女孩。片刻沉默，伴着随意流泻的爵士乐曲，就像当年第一次鼓起勇气和她说话一样，他走了过去。



当年英语课本里的李雷和韩梅梅，你是否还记得他们？

“好久不见，韩梅梅……”

“你是？”

“李雷。”

如此美好的偶遇也许你做梦都想经历，但是如果没有李雷同学手机中那款神奇的应用，即使给你100个机会都会错过。传统图片搜索的实现方式是通过描述关键字（或称描述性文字）匹配图片关键字来实现，也就是说在本质上还是文本搜索。然而，以上剧情中李雷使用的利器却是通过“图片”来直接搜索相关信息。如此激动人心的“邂逅技术”，会有怎样的应用前景呢？

反向图片搜索网站

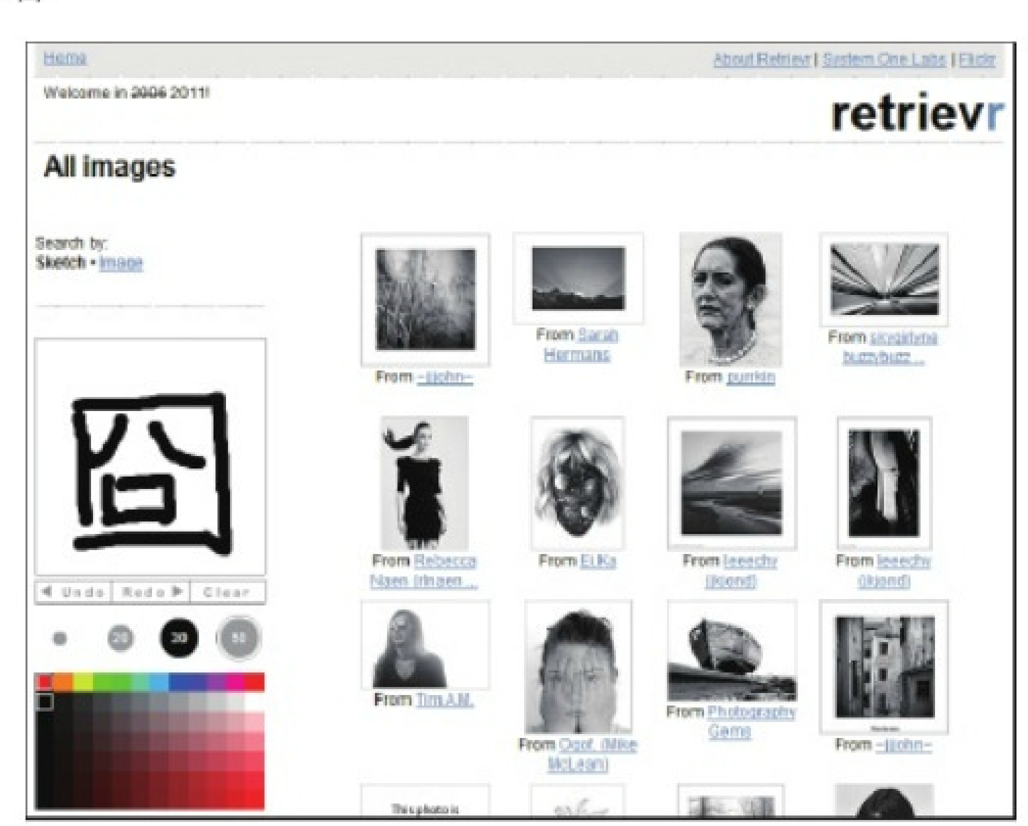
通俗地讲，反向图片搜索是一种用图片来替代搜索关键词的反向搜索技术，即“以图找图”。说到它的实际应用，很容易就让人联想到一些国外电影或者连续剧中特工通过“脸谱”对比设备来检索人物的身份或者行踪，可以说是一种相对比较可靠和快速的线索搜集方法。如果你只是用来寻找普通图片的相关信息，那么对于这项技术而言更是绰绰有余，甚至有时候还能给你带来不同寻常的惊喜。百说不如一用，我们先来看看以下几个有意思的网站。

1. Retrievr

网址：http://labs.systemone.at/retrievr/

Flickr的老用户肯定对Retrievr不会陌生，它是业内较早提供“以图搜图”服务的网站之一，它能将搜索目标与Flickr服务器上的图片数据库做比较，根据匹配规则找出近似图。

该网站的最大特色在于它的“涂鸦找图”功能，相对于直接上传图片的查找形式来说显得更为灵活和富有趣味性。用户在绘图时可选择4种笔触大小及多种颜色，稍微有点儿艺术细胞的读者甚至可以把它当成画板来一展才艺——当然完全不必如此细致，只要稍微有模有样，Retrievr都能很好地找出与之相近的图片。如果在你遥远的记忆中有着一副印象已经模糊的图画而又怎么也想不起来那是什么，不妨到这里来寻找你的童年吧！



2. Tineye

网址：http://www.tineye.com/

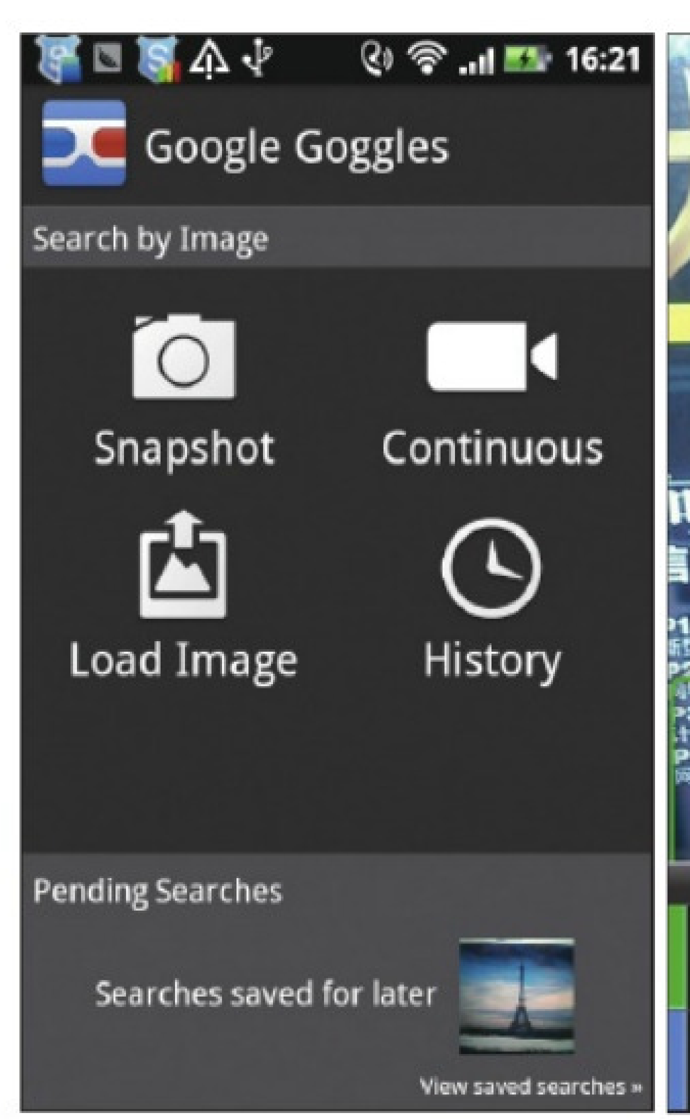
和Retrievr娱乐化的搜索功能相比，Tineye则要靠谱得多，它是加拿大Idée公司所开发的相似图像搜索引擎，在业内和普通用户群中有口皆碑。Tineye允许用户上传本地图片或提供图片的网络地址，注册用户还可以浏览搜索历史记录以及用链接方式发布搜索结果。IE、Chrome、Firefox等浏览器也提供了相应的插件和收藏夹脚本，使用户可以在浏览器中一键搜索相似图，非常方便。截至到2012年5月3日，Tineye的数据库图片数量已达到约21.415亿张，真是令人惊叹！

3. Google Image

网址：http://www.google.com/imghp?tab=wi

2011年6月，以图搜图的“Google Search by Image”服务正式发布，依托于Google图片库的海量数据，该功能一经推出就迅速占领了大部分反向图片搜索引擎市场，可见这块金字招牌的影响力。Google的反向图片搜索引擎与Tineye如出一辙，但是在定位和搜索结果上却不太一样，它不仅可提供原图及相似图查找，甚至还能将图片内容转化为关键字提供给用户，并可按图片大小进行筛选。







大众软件杂志社
www.popsoft.com.cn/
软件刊物，主要内容是游戏信息。

大众软件杂志社-大软地盘- Powered by Discuz!
www.popsoft.com.cn/bbs/
大众软件杂志社-大软地盘 · 注册 登录 · 论坛 · 搜索 · 帮助 · 导航. 默认风格; uchome; fervor. 私人消息(0) ...

大众软件_百度百科
baike.baidu.com/view/48130.htm
《大众软件》是中国科学技术协会下属的一本面向大众的电脑科普类刊物，创刊于1995年，2002年选入国家" ...

大众软件_新浪博客
blog.sina.com.cn/popsoft
2011年4月22日 – 大众软件_新浪博客,大众软件,4月6日--22日精华,3月28日--4月1日精华文章,3月14 日--25 ...

其实在这之前，Google早在2009年就公开了针对移动领域的Google Goggles服务，用户可以通过Android或者iOS下的相应客户端程序对上传的图片内容进行分析，可辨认书籍、音乐专辑封面、绘画、地标、场所和企业商标图案等内容。

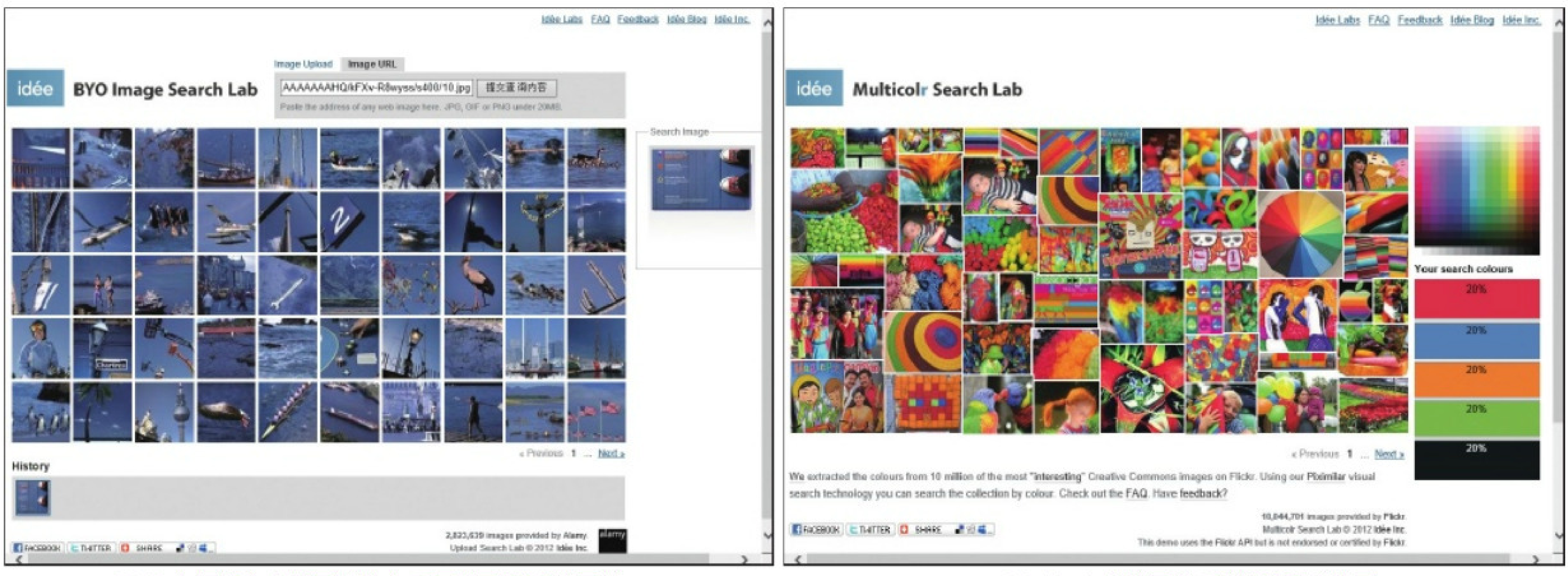
左：扫描条形码、名片、文字识别等内容也不在话下
中：Google Goggles准确识别出了杂志名称，不过对中文的识别功能还比较欠缺
右：可以立刻启动浏览器查看相关的识别结果

4. BYO Image Search & Multicolr Search

网址：http://labs.ideeinc.com/upload/

http://labs.ideeinc.com/multicolr/

BYO和Multicolr同样是都是来自于Idée公司的实验项目，和Tineye不同的是，它们的搜索算法主要是基于色彩的因素。



BYO会根据你上传图片的色系寻找到相近的图片　　Multicolr支持最多5种颜色混合使用

看过以上这么多反向图片搜索应用，你一定很想知道这种技术究竟是如何实现的。根据Neal Krawetz博士的理论（文献参考地址：http://www.hackerfactor.com/blog/index.php?/archives/432-Looks-Like-It.html），其中的关键技术是一种叫做“感知哈希”的算法（Perceptual Hash Algorithm），它的作用是对每张图片生成一个“指纹”（Fingerprint）字符串，匹配时会比较不同图片的指纹，两者的结果越接近，就说明图片越相似。是不是非常简单易懂？下面就简单演示一下过程。

第一步：缩小尺寸

该算法会先将图片缩小到8×8分辨率，即总共64个像素。这一步的作用是去除图片细节，只保留结构、明暗等基本特征，摒弃不同尺寸与比例所带来的差异。

第二步：简化色彩

之后会将缩小后的图片转为64级灰度。也就是说，所有像素点总共只有64种颜色。

第三步：计算平均值

计算所有64个像素的灰度平均值。

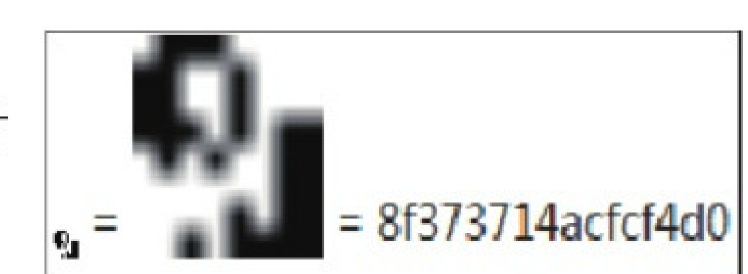
第四步：比较像素的灰度

将每个像素的灰度与平均值进行比较。大于或等于平均值，记为1；小于平均值，记为0。

第五步：计算哈希值

将上一步的比较结果组合在一起就构成了一个64位的整数，这便是这张图片的指纹。

得到每张图片的指纹以后，就可以来对比不同的图片，看看64位整数中有多少位是不一样的。理论上，这种办法等同于计算“汉明距离”（Hamming Distance）。如果不相同的数据位不超过5，就说明两张图片很相似；如果大于10，就说明这是两张不同的图片。具体代码可以参见Wote用python语言编写的“imgHash.py”程序（网址：http://www.ruanyifeng.com/blog/2011/07/imgHash.txt），代码很短，只有53行。使用的时候，第一个参数是基准图片，第二个参数是用来比较的其他图片所在的目录，返回结果是两张图片之间不相同的数据位数量（即汉明距离）。



最终生成的哈希值。组合的次序并不重要，只要能保证所有图片都采用同样次序就可以了

感知哈希算法的优点在于简单快速，不会受到图片缩放的影响；缺点是图片内容不能变更，如果在上面加几个文字，它就认不出来了。所以它的最佳用途是根据缩略图来寻找原图或者更清晰的图像。在实际应用中，往往还会采用更强大的“pHash”算法和“SIFT”算法，它们能够识别图片的扭曲，只要变形程度不超过25%就能够匹配原图。虽然这些算法听上去很复杂，但是原理与感知哈希算法类似，都是先将图片转化成Hash字符串，然后再进行比较。

反向图片搜索与电子商务

反向图片搜索引擎的使用场景非常广泛，目前主要有以下3个方面：

· “以图找图”。这种情况最常见，例如我们在网上看到一张非常喜欢的图，可惜尺寸太小或者图片本身的质量不高，这时候就可以上传小图来搜索高清大图。

· 通过局部图片搜索全图。例如对考古比较感兴趣的朋友可以根据某张文物“残卷”来搜索完整的作品。

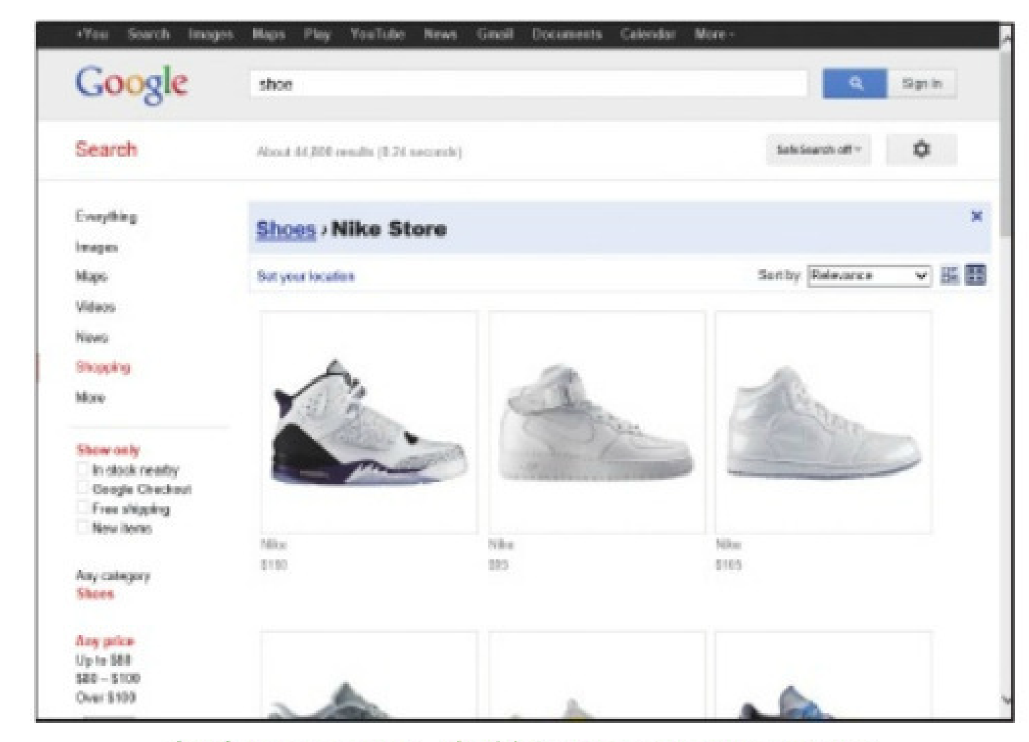
· 与电子商务相结合。试想一下，在逛街时忽然发现某人一款非常有个性的手机链，随手拍照并上传到购物网站，刹那间

就出现了华丽的商品清单……

原Google CEO埃里克·施密特曾经预言：“未来的搜索，不需要打字”。正如他所言，Google一直都在探索未来的趋势并制定了自我调整的办法。2009年，在Google发布Goggles的同时，Bing也加入了图像搜索服务的大军当中，提供按照图片尺寸大小、布局、颜色、样式，甚至是人物进行过滤的功能。而之后Google不甘示弱再次发力，先后收购了Plink和Like.com。

PLink原是英国的一个图像检索公司，专注于艺术品的检索，其创始人Mark Cummins和James Philbin都是牛津毕业的博士，他们开发了一个名为“PlinkArt”的Android应用程序并在“Android Development Challenge”大赛中获得了冠军，由此赢得了Google的关注，不久后便被收购。Like.com最初专注于识别图片中相似人脸的技术，后来与Amazon.com、Zappos.com等零售网站合作，用于搜索珠宝、手提包、鞋帽和手表等商品，在电子商务领域方面大有作为。

面对如此诱人的市场，国内的IT大佬们当然不会闲着。2010年，一个名不见经传的小团队刺激了百度的神经，使他们反常地连夜发布“百度识图”的内测消息，狙击的对手正是由阿里巴巴投资的图片购物搜索公司——淘淘搜。



如今Like.com已经并入Google Shopping

淘淘搜

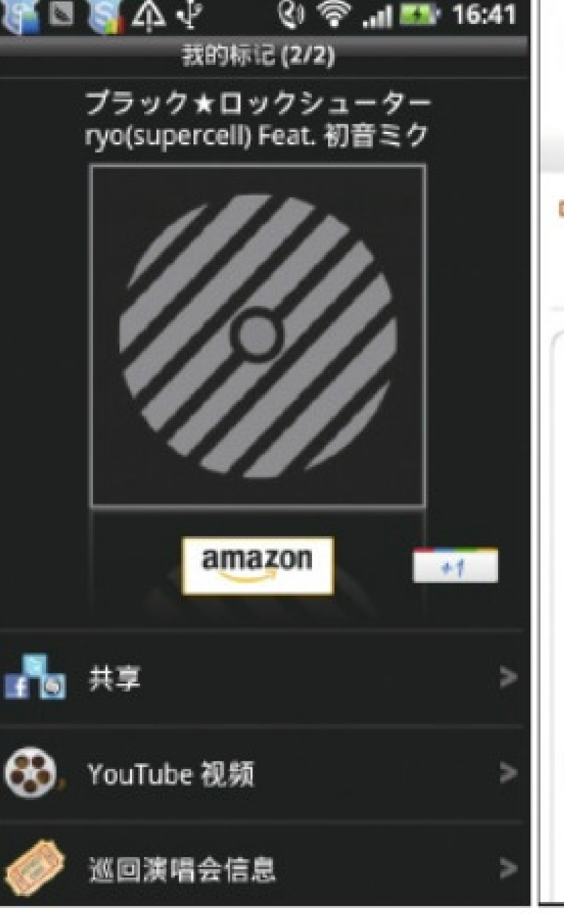
网址：http://www.taotaosou.com/

淘淘搜是国内首家基于视觉计算的图片购物搜索网站，由阿里巴巴集团投资入股，用户不需要再输入关键字，使用现有图片或手机拍照就可以迅速准确地找到心仪的目标商品，目前已收录超过50万商家、1000万件商品图片。淘淘搜的盈利模式完全模仿传统搜索引擎——CPS与CPC相结合，并有可能在将来引入竞价排名机制。



淘淘搜绝对是女性购物狂们的最爱







近几年随着移动互联网的腾飞，基于移动平台的电子商务出现行业井喷，人们也逐渐开始探索新型移动购物方式。例如基于音频识别技术的“Shazam Encore”就可以通过录入现有的音乐自动解析并搜索相关歌曲信息，同时会连接到购物网站引导购买。

左： Shazam Encore主界面，用力按下中间的Logo开始对着手机献唱吧！
中： 识别成功后会显示歌曲名称、演唱者、专辑名和BOOKLET，还可以查找相关的网络视频以及演唱会等信息
右： 点击Amazon图标会直接开启浏览器跳转到相关商品的浏览页面

我们再来看看以视觉引导型购物德TinEye Music，用户只要用iPhone拍摄CD封面，软件就会用这张照片在iTunes、Allmusic.com、YouTube和Wikipedia中搜索这张CD的所有信息，你可以试听专辑或查看评价，也可以从搜索结果提供的链接直接购买这张CD。



Take a photo of an album to look it up online.

右： 反向图片搜索与电子商务的成功结合，创意分满分！TinEye还在规划将来加入更加更多产品的搜索，而不只是音乐。当然，搜索结果完全依赖于数据库，虽然不能100%识别，但也有不错的成功几率

因此，只要对应的购物平台有能力对所有产品类目的图片进行归类，并且形成一套比较完备的图片检索与匹配规则，那么这部分的商业市场完全可以用“无限”来形容——这将是对传统购物体验的革命性颠覆。

“云”之彼端 云服务器的那些事

■四川 宏安

办公电脑

移动终端

家庭电脑

在我们身边，智能手机和平板电脑已经越来越普及，而且其应用能力也有了巨大的提升，从管理日常事务的个人数字助理（PDA），进化为几乎无所不能的智能终端。引起这一变化的，除了硬件性能的显著提升外，基于“云”的各种服务也功不可没，它已经延伸到了电视、广播、甚至是车载娱乐信息系统中。另外在电影《阿凡达》《泰坦尼克号》的震撼效果以及《功夫熊猫》惟妙惟肖的虚拟人物背后，“云”计算、“云”存储也起着至关重要的作用。

但究竟什么是云计算呢？云服务器、云集群又是什么呢？所谓的分布式计算和超级计算机，根本就不是什么新东西，现在的“云”计算、“云”存储概念和之前的计算中心、分布式计算、数据中心有什么区别呢？当我们享受完“云”服务带来的便捷功能，放下手中的“云“终端时，是否有种想看清“云”之彼端，那些便捷服务来源的冲动呢？

何谓云计算

继3D热潮之后，云计算无疑是当前IT业界最热的话题。各种依托云计算的云服务和云应用如云空间、云搜索、云浏览、云杀毒、云社区、云游戏等层出不穷，其中当然也有一些仅仅是噱头而已，让我们看看什么才是真正的云计算吧。

1. 云计算成为现实

云计算（Cloud Computing）是一种透过互联网提供服务的计算方式。在远程的数据中心里，数台乃至成千上万台服务器连接成一片，形



云计算应用无处不在

成所谓的电脑云，或称为云计算中心。借助高速网络和先进的协调能力，云计算中心可以像一台高度集成的超级计算机一样，提供非常强大的计算能力，实现诸如模拟核爆炸、预测气候变化和市场发展趋势等高端应用。普通用户也能用电脑、笔记本、手机等终端通过互联网接入数据中心，按自己的需求申请数据运算，或进行数据存取等。

云计算的主要特征便是将大量用网络连接的计算资源统一管理和调度，构成一个计算资源池向用户提供按需服务，相对于超级计算机和传统数据中心，云计算灵活度更高，扩展性更强。由于它基于网络和灵活分配资源的特性，用户请求计算和数据时，完全不需要考虑接入点和服务器状态。

对于专业用户来说，云计算带来的好处显而易见，例如，如果使用一台电脑对《阿凡达》这样的大型3D影片进行影像渲染，那估计需要上百年时间，而利用大型云计算平台，则可在一两周的时间内完成工作。与此同时，这一云计算中心可能还利用空余的计算、存储资源为其他用户提供着服务，也能在卡梅隆导演觉得进度过慢时，随时加入新的云服务器参与制作而不打断工作进程。

对普通用户而言，我们现在天天使用的在线杀毒、网络硬盘、在线音乐等都属于云计算的服务范畴。计算机集群通过虚拟化、负载均衡、网络存储等技术，以分布式计算、并行计算等方式“云”化，便能向用户提供基于云的专业产品和服务。让我们在进行在线视频、在线杀毒或存储时感觉更流畅更便捷，纵使有上百万上千万人同时使用该服务，我们也不会觉得拥挤。

2. 实例讲解

我们以网络安全和“金山毒霸”杀毒软件为例，看一看“云”是如何为我们服务的。

现在的“金山毒霸”防毒系统不仅免费，而且效率比以前的产品高除了许多倍，这是因为它采用的“蓝芯Ⅱ云引擎”杀毒内核，针对云体系优化，云查杀速度飞快，以前扫描一块上百GB的硬盘，动辄花费数小时，在云平台中，只需数分钟就能完成。

“蓝芯Ⅱ云引擎”把病毒特征库部署在云服务器端，不再需要将庞大的病毒库推向终端，因此软件及客户端病毒库体积变得非常小，资源占用率更低，并且更智能。能实现云鉴定、云安全Web信誉技术和所谓的“关联分析”，能够从单一独立事件分析计算出其他威胁的攻击途径，能通过云平台对病毒实现全面分析拦截和查杀，防患于未然。这些复杂的应用大量使用云端资源，对终端的系统占用需求很小。

更重要的是，基于云计算的应用能轻松实现各种终端设备之间的互联互通，就算是不具备强大的处理能力的手机、平板电脑，乃至电视机等智能家电等，也能享受到存储和运算能力超强的云端后台带来的强力支持。

为我们提供这种便利的云端后台，就是所谓的“云服务器”。



云安全深入人心

拨“云”见日，云服务器详解

提供资源的网络被称为“云”，而“云”的核心则是云服务器。但究竟什么是云服务器，它有什么特点呢？

解析云服务器

作为一个新生事物，目前业界对云服务器仍未有统一的定论和认识，你可以将提供云服务的各种服务器甚至电脑都看作云服务器。我们追求的只是高密度、低功耗、低成本，可灵活部署的云服务。

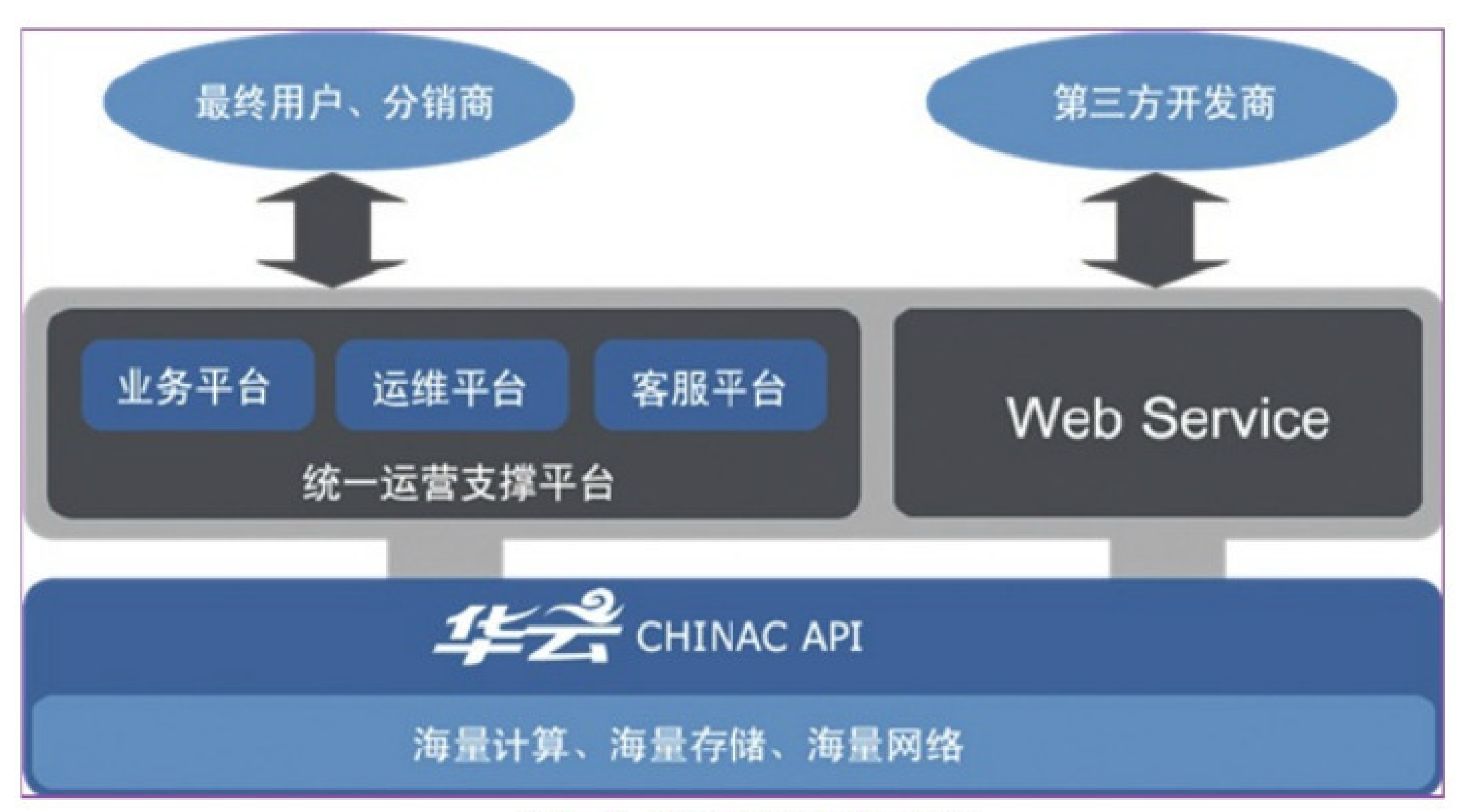
云服务的层次

业界将云服务一般分为3个层次：软件即服务（SaaS）、平台即服务（PaaS）、基础设施即服务（IaaS）。前两者是普通用户最常使用的云服务，以云软件和云软件平台为着力点，通过云服务器提供基于互联网的云软件或平台，避免用户在本地安装服务器或软件，或只需极轻量的客户端便能使用基于互联网的服务或产品。

而基础设施即服务（IaaS）则是面向商业市场和专业用户的硬件资源服务，云服务器的灵活性，使得用户能够灵活的租赁云服务器性能、空间、带宽等，而不用自己购置、管理和控制任何云计算基础设施，同时还可在远端的云服务器部署和运行任意软件，包括操作系统和应用程序。用户不但能控制操作系统的选择、储存空间、部署的应用，也有可能获得有限制的网络组件（例如防火墙/负载均衡器等）控制权。

我们常见的云服务器提供基于互联网的服务，拥有可调整的弹性配置，整合了计算、存储与网络资源服务，在灵活性、可控性、扩展性及资源复用性上都比传统的数据中心有一定的提高。例如我们从手机等终端发送的计算或数据请求，可能在北京的云服务器中处理，也可能因为负载问题被发送到深圳的服务器中，甚至可能被分成多个部分由多地的服务器同时处理，但我们根本感觉不到，也不需要知道这些，这和之前强调集中的大型计算/数据中心有明显差别。

虚拟化则是云服务器的硬件特征之一，可最大化硬件的使用率，它们大量使用具有负载均衡能力的虚拟化软件，有些类似英特尔智能酷睿处理器中提供的双线程能力和虚拟化功能，但要复杂和灵活得多。通过在服务器中虚拟出很多处理线程，便于对各种计算请求进行资源分配，可以有效集中、支配、使用硬件的物理资源，采用硬件加速的虚拟化技术，使得云服务器中虚拟线程得到很接近物理线程的性能。



“华云”提供弹性计算云服务

虚拟化还可在一组集群服务器上虚拟出多个类似独立服务器的部分，每个虚拟服务器上都有云服务器的一个镜像，可作为存储备份，支持无缝切换，互相间还带有防火墙和组隔离技术，因此除非所有的集群内服务器同时出现问题，否则云服务器理论上会固若金汤，云服务也会持续不断。

传统服务器和云服务器，殊途同归

云服务器与传统服务器之间有啥差别呢？对此目前业界有两种主流看法，一种观点是“与传统服务器和数据中心相比，云服务器、云计算中心具有高容量、高密度、高性能和低能耗等特点，且具有更高的性价比，并能高性能地支持各类应用需求，更好地满足云需求。”另一种观点是：“云服务器与传统服务器在本质上没有区别，理想状态的云服务、云服务器平台应该可以容纳各种形态和各个厂家的传统服务器。”

“云”化是数据中心的归宿

笔者认为，这两种观点都是对的，云服务器、云计算中心作为传统服务器、传统数据中心上发展而来的新概念，本身便是依托传统服务器、传统数据中心而生。当然，两者也有区别。区别就如尼古拉斯·卡尔在其名作《IT不再重要》一书中对云计算做的一个很形象的比喻一样——云计算云平台更像“信息时代的核电厂”，更廉价地向千家万户供应日常生活所需的源源不断的电能，用户可以按需获取能源。而传统服务器、传统数据中心则像早期安装在家庭中的柴油发电机，发一点电才能用一点电，并且很难保证能物尽其用。因此，“云计算”便被很多人称为“第四次IT产业革命”。

当然，我们也应该看到，服务器或数据中心发展到今天，已经相对比较成熟，虽然一些服务器集群、数据中心并没有过多强调云概念，但同样能实现目前的云应用。因为所谓的云服务器，其实并非服务器之别，而是应用对象的差别。传统服务器，特别是一些名列前茅的大型的服务器集群更多地被掌控在军事、政府、大型企业、研究院所手中，而目前的云服务器则更强调面向大众和商业化，这种差别也会造成宣传和理念上的差别。


云和云服务器本身就是一个极具包容性的理念，包括传统的高性能计算机、服务器

从提供云服务的厂商角度看，云服务器最大的特点就是——它可能并不存在。例如我们前面提到的杀毒软件厂商，完全可以不建设机房或购买服务器硬件，只需在大型云服务器、云计算中心租用云主机，并申请一定的计算能力、存储空间、带宽等。在计算中心机房里，租用的厂商们也不需要像以前一样去“认养”或真的安装一台属于自己的服务器，因此当出现访问高峰，需要更高的计算能力、存储空间、网络带宽提供服务时，可以随时根据需要提出改变需求，并在几分钟内获得提升的能力，而不是传统的“提出申请——购买或升级硬件——去机房安装新硬件——调试——提供服务”，一折腾就是几个小时甚至几天。

对使用了云杀毒服务的消费者来说，最多只是在访问高峰时出现一次连接失败、未能更新或登录不成功而已，几分钟后的下一次的尝试，就可享受到正常的云服务器能力了，因为此时厂商的云服务器已经闪电“升级”了。

也就是说，如果以水这种我们生活中最常见的服务来比喻，云服务就是可将庞大的计算资源化为一个一体的资源“池”，厂商根据消费者的需要，“打开水龙头”，按需按量调节放水速度即可，在池中资源不足时，甚至可以从其他的池中调水来使用（例如美国的云服务中心可能在白天繁忙时向处于中国的云服务中心申请调用资源，此时大部分中国消费者都在梦乡，相应的云服务中心拥有充足的剩余资源），不需要购买一桶桶的分装水（服务器），在耗尽时难以补充，需求少时又闲置到过期。至于享受服务的终端用户，则可享受到不间断且充足的供水。

私有云是什么

随着云服务概念的发展，目前“私有云”也逐渐火了起来，这同样反映了云服务器虚拟化服务的特点。例如《大众软件》之前评测过的QNAP威联通网络存储服务器（NAS），就提供了家庭云的应用，而提供这一功能的，都是处理器配置较高的产品，其云服务就是利用了存储、下载管理之外剩余的大量计算能力。同样，面向企业用户的私有云，其实也是更灵活使用自有或租赁服务器的一种方式，同样利用了较新型服务器的多线程、虚拟化功能。

高性能计算机中心便是最大的云中心

在2011年全球最强电脑的排行榜中，日本的“K（京）计算机”暂居第一，该电脑共使用705024颗SPARC64处理核心，其Linpack基准成绩达到了10.51千万亿次/秒。排名第二的是中国“天河-1A”系统，该系统曾在一年前勇夺头把交椅，性能达到了2.57千万亿次/秒。除此之外，还有来自中国曙光公司的“星云”排名第4。在前10强中，国内系统占有两席，显示了国内在这方面的进展。TOP500强中，中国的系统数量已悄然增加至75台（套），仅次于传统强国美国，领先于日本和英国、法国、德国。

超级计算机TOP500中的这些系统大都已告别传统的超级计算机概念，开始进入云计算中心、云数据中心应用领域。例如曙光的“星云”在多个排行榜中的运算能力数据有一定差别，便是因为在运往深圳投入应用后，根据用户的使用情况，系统实际被分成了3部分，一部分侧重于高性能计算，一部分侧重于云计算，还有一部分用于网络资源管理，有些排行榜中仅统计了其中部分的运算能力。

随着曙光龙腾服务器（我国第一台完全自主知识产权的服务器，各种核心部件包括CPU、主板以及操作系统等均为自主知识产权的产品）在国内云计算中心的成功运营，改写了中国服务器“无芯”“无板”的历史，它的出现极大地增强了中国在国防、国安、军队等国家要害部门的实力，使我国的信息产业最终迈入独立自主的发展轨道，可以降低对美国及美国公司的依赖，并有利于抵制美国等发达国家设置的出口限制。



K计算机没有使用GPU或者其他加速器


“天河一号”


完全自主知识产权的服务器是发展云计算产业的必需

后记

随着应用的普及，云服务器已经走下神坛，高性能计算成为民生、商业和科研的重要组成部分，而通过虚拟化平台构建起云计算基础架构，不仅可加快对用户业务需求的响应速度，也可进一步加快现有数据中心向云计算中心转变。未来具备更强的计算能力、更多的内存和带宽，更高的性价比和可靠性的云服务器将层出不穷，而普通读者唯一能感觉到的就是我们的互联网应用越来越便利强大，越来越智能和有效率。

春天里的故事
——移动支付与移动浏览器的亲密接触

■北京 白金DISCO



金融业对于高科技产品总是爱恨交加。在过去10年中，银行花费了数亿美元开发并部署移动消费或者支付技术，想给消费者带来一种全新的购物体验，并打算彻底取代传统的货币支付形式。但是，正当金融业在一个看似高科技的平台挥洒金钱的时候，他们也许没有想到，改变消费者的习惯究竟是多么困难。美国人接受刷卡消费使用了近50年的时间，而且即使在今天，人们更愿意在低于10美元的交易中使用现金。那么在当今这个移动时代，让人们接受移动支付的理念又要花费多长时间？

先发制人：UC浏览器

6年前，移动支付在国内还是一个全新的领域。笔者记得2006年第一次在淘宝购物时就是用手机完成的付款操作，当时的支付宝插件可以同时在电脑与手机上使用，后来出于安全原因停止了对手机端浏览器的支持，之后直到大学毕业笔者再也没有用手机购买过任何东西。如今，移动支付也没有一个成熟且普及的技术应用到日常生活中，其中的瓶颈主要在于“端”的问题。对于宽带接入领域，通常说成“最后一公里”；对于手机用户，是最后1米甚至是10厘米，归结到根本是金融业与互联网业还走得不够近。

不过随着近几年智能终端和B2C等电子商务的火爆，一些或大或小的实验性项目纷纷涌现。国外有Google Wallet（Google钱包）、Square；国内有盒子支付、钱袋宝以及支持NFC技术的SD和SIM卡等等。前不久，UC优视与中国银联携手推出的基于UC浏览器的银联移动安全支付解决方案，有力地推动了国内移动支付市场。面对庞大的中国13亿人口市场，他们是如何推动支付全民化？其实想法非常简单，只要有一部手机和一张银联卡，就能让你享受像PC一样便捷、安全的支付服务。作为国内移动领域第三方浏览器的领军企业以及发卡量近30亿张的国家重要金融机构中国银联，他们之间究竟会摩擦出怎样的火花？下面就以Android版UC浏览器为例，带领大家体验全新的“银联—UC”移动支付。







左：Android与Symbian系统率先支持银联手机支付控件（8.3版本以上的UC浏览器即可），这里以“UC缴费易”为例，点击“话费充值”

中：选择银联手机支付方式

右：第一次使用时需要下载插件







左：下载、安装完成后就可使用，无须刷新页面

中：此插件所涉及的隐私与权限

右：用户信息会被加密为私有云数据上传到服务器，之后生成订单







左：输入银行卡号与预留手机，点击“下一步”

中：借记卡需要输入支付密码，信用卡需要CVN2码。密码键盘为乱序，有效防止被监听

右：如果银行卡符合要求即可支付成功，否则会提示错误信息

说明

如此简洁的支付操作过程是不是意味着在安全性方面也很简单呢？用户在整个支付过程中，浏览与支付的环节是分离的设计，用户既可以体验浏览网页时的便捷，又可以享受快捷支付的服务。信息传输非常安全、独立，所有个人敏感信息的输入都是在支付插件环节中完成，通过这样的分离解决了两个专业领域交叉工作的风险。其中传输、服务器安全都是使用非常成熟的解决方案，整个过程都受到国家银行卡检测中心严格的检查，在过去的十年的时间里接受了完整的考验。

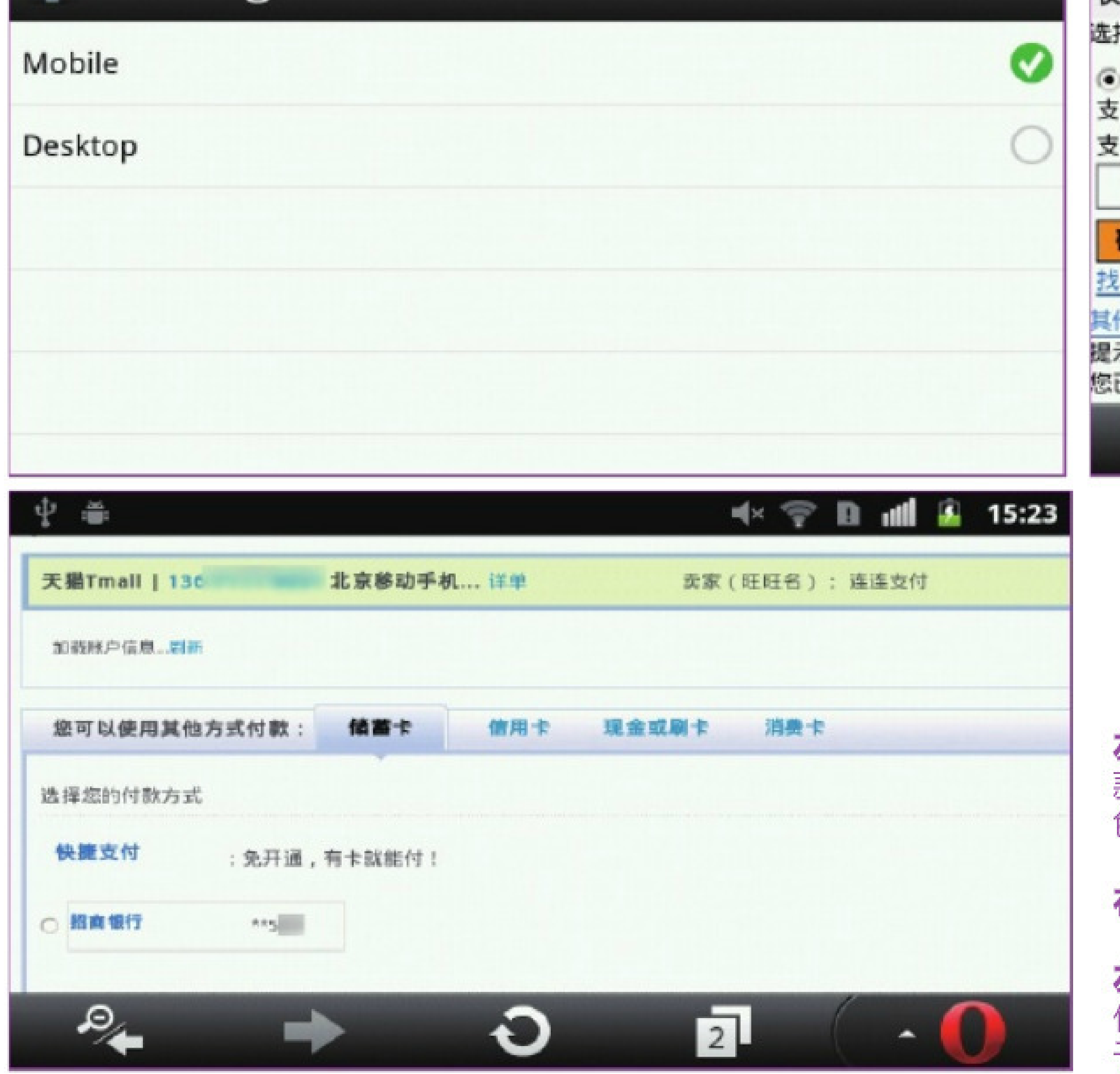
银联插件支持银行列表

银行名称	信用卡	借记卡	借记卡说明
工商银行	✓		
农业银行		✓	需开通短信告知业务并预留手机号
中国银行	✓		
交通银行		✓	需开通无卡支付业务并预留手机号
邮储银行		✓	需开通银联无卡支付业务
中信银行	✓	✓	
光大银行	✓	✓	需开通网银支付功能
华夏银行	✓		
民生银行	✓		
深发银行		✓	需开通银联无卡支付业务
招商银行	✓		
兴业银行		✓	
浦发银行	✓		
北京银行	✓		
上海银行	✓		

卧薪尝胆：欧朋浏览器

UC优势的率先发力在一定程度上给了其他移动平台浏览器不小的压力，移动支付的战火正在悄悄点燃。2011年，全球领先浏览器厂商Opera发布了旗下中文手机浏览器品牌“欧朋”，并在今年世界移动通信大会上对外隆重介绍。虽然欧朋进入中国市场稍晚，但是在用户忠诚度与用户体验上却有着继承于Opera的先天优势。如果你曾经历过Symbian系统辉煌的年代，想必一定会对Opera Mini和Opera Mobile印象深刻。

今年4月底，一贯低调的欧朋浏览器HD正式发布。它在节省90%以上流量的同时保证了传统网页的原貌呈现效果，依靠自家独有的压缩技术，即便是以图片为主的购物网站依然能够实现极速加载，性能方面的优势不可小觑。能够以最快的速度打开购物页面是电商保持用户活跃度和提高用户转化的决定因素，即使压缩了90%以上的流量，图片质量仍然能够让人接受。在安全方面，欧朋浏览器HD版具有较强的安全控制能力，支持所有网页加密方式，支持调用支付宝插件，大幅度加强了网购的安全指数，这使得笔者6年前在手机上支付的体验从此回归。





左上：欧朋HD浏览器自带“User Agent”设置，如果想使用支付宝付款就选择“Mobile”方式；如果选择“Desktop”则可以享受到更加出色的浏览体验

右上：“Mobile”浏览方式下直接支持支付宝的“快捷支付”方式

左下：“Desktop”模式。选择付款方式页面与PC端浏览器相差无几，但是网页上的部分加载信息无法自动显示，可以点击“刷新”查看。由于不支持数字证书，Desktop模式下还无法完成付款任务

从线下血拼到线上淘宝，从同城买卖到B2C购物，从用电脑交易到智能手机移动支付，国内电子商务正在快速地发展，同时也蕴含着巨大的潜力与商机。截止2011年底，我国移动支付金额已经达到1.87亿元，电子商务的交易总额也接近6万亿元，相当于国内GDP总额的13%。在一项由中国互联网协会发布的中国网民行为调查报告中还可以看出，随时、随地、随身的手机支付已经迅速成为网民最期待的支付方式，有28.3%的被调查者表示会在2012年使用手机终端刷卡支付。用手机乘车买票、街旁购物、饭店用餐等消费的时代即将到来。P



各位同学，暑假快乐！

■北京 坏香橙



留意脚下！

“当你长久凝视深渊，深渊也会把你看透。”

——倘若著名愤青哲学家尼采看到这张照片，想必也会重复自己的这句名言。

“这是什么？镜子制造的把戏？还是某种3D立体涂鸦作品？”

——如无意外，大多数读者朋友看到这张图的第一印象理应如此。没错，我的直觉反应给出的也是这个答案。

很遗憾，这次我们都猜错了。

不要转移视线——没错，位于脚下那个一眼望不到底的大坑并不是什么涂鸦作品或者利用镜面反射生成的虚像，而是货真价实的深渊。怎么样，有没有感觉膝盖和脚踝关节发软呢？

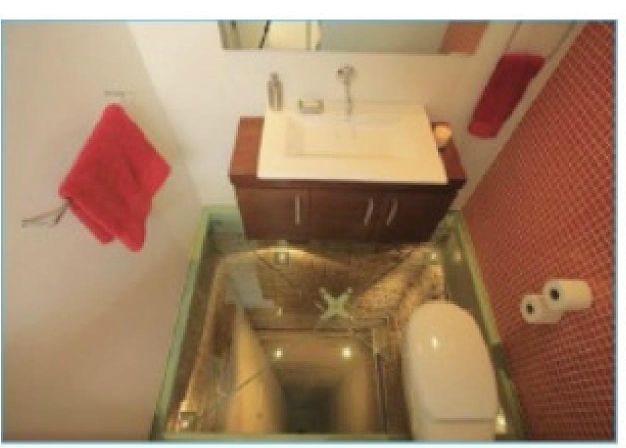
值得庆幸的是，这个唬人效果出类拔萃的卫生间并不是什么国内前卫设计师突发奇想推出的家装设计，它的实际位置是在墨西哥哈利斯科州首府瓜达拉哈拉市的一栋高层建筑中，创作者则是一位名叫Hernandez Silva的建筑师。另外，直觉敏锐的朋友应该已经察觉到了，这个有棱有角且深不见底的大坑实际上就是一间闲置的电梯升降井，至于它的实际高度……15层大楼一般能有多高来着？

不过话又说回来，换个思路考虑的话，这种设计倒也并非一无是处——至少那些B级片导演应该会对这个古怪的设计大为赞许。或许，我们可以期待在《杀死比尔》的另一部续作中看到这个噱头？

相关链接：

http://hypervocal.com/news/2012/bathroom-elevator-shaft-glass-floor-mexico-hernandez-silva/#

这不是幻觉！



换个角度来看……似乎还不错？

“毒德大学”

“毒！德味！大师！学习了！”

——所谓“毒德大学”的真正含义。

“焦内如刀削般锐利！焦外如奶油般化开！”

——“毒德大学”的相关成句“刀锐奶化”的详细诠释。

需要提醒的是，以上引号中的四字短语实际效果都是不折不扣的讽刺。

好了，相关短语辞令介绍暂告一段落，下面进入正题：

众所周知，当一种单纯的创作活动从“工作”进化到“工艺”的领域后，“理性地追求硬件指标”往往会变成次要的衡量标准，取而代之成为关键要素的则是“感性地追求艺术情调”这种虚无缥缈的玩意——这方面的相关例子真是不要太多，从葡萄酒到机械钟表，再从照相机到Hi-Fi音响，细数之下又有哪个不是从普通工业产物逐渐发展进入了玄学的领域？当然，考虑到这种趋势往往建立在“技术水准已经接近极致”的前提上倒也容易让人释然，视作锦上添花的余兴节目似乎就是种不错的态度。不过，感性与理性毕竟是在本质上天差地别的两种概念，倘若将自家的技术实力和品牌知名度视作“坚不可摧的后盾”与“注定大卖的保障”，一意孤行地开发另类产品……最终的成果可不见得会如同理想一般出众喔。



多么古朴的造型！



细节做工当然没问题，毕竟这玩意的价格抵得上一辆全新奥拓呢

最近，一家超级有名的德国相机大厂就推出了这么一件逆潮流而动的新品：Leica M Monochrome。和市面上绝大多数高端数码相机最大的区别在于，这个造型复古的家伙纯粹就是一架只能拍摄黑白照片的偏门设备，而且这个特点并不是滤镜插件一类的“软手段”制造的效果——这玩意压根就没有任何“还原处理彩色效果”的硬件机能！

值得一提的是，诸位可不要以为这台黑白照片专用机会是什么二流品牌推出的廉价货——注意一下它名字中的第一个单词，没错，这玩意的制造商就是向来以“贵得要命依然有人追捧”闻名业界的徕卡。搞清楚这个前提之后，接下来的一切推论就都是顺理成章的结果了：尽管这玩意的CCD只有1800万像素，尽管这玩意的外型毫无时髦前卫可言，尽管这玩意的官方定价高达

7950美元，但只要有“徕卡”这个牌子挂在上面，照样会有不少愿者上钩的品牌追崇者乖乖地掏钱——相关的例子我们已经见怪不怪了，还记得那个堪称天价玩具的迷你版Leica M3吗？


把App图标拿在手上是什么感觉？


各角度造型一览，嗯，有点意思


可以直接打印照片喔

欣赏完毕高级无趣的上流人士玩物，接下来再让我们换换胃口瞧瞧真正喜闻乐见的大众产品吧——被社交网络巨头Facebook以10亿美元收购的Instagram早已成为了当代互联网业界的掘金传奇，遵循着“一个奇迹带领一连串相关产业蓬勃发展”的商业定律，一款“化虚拟App为实际造物”的LOMO相机就这样顺理成章地出现在我们的面前。尽管刻意模仿原型LOGO图标的方正造型看上去有些可笑，不过它的机能可是一点都不含糊：除了16G内存容量、4:3比例触摸屏和WiFi以及蓝牙传输数据这些标准配置之外，机身上的双镜头还可以拍摄出3D照片，内置的打印机更可以像拍立得相机一样直接将照片打印出来放在我们的手上。遗憾的是，这个看上去让人怦然心动的尤物到目前为止依然只是个概念设计而已，不过，假如这些承诺的机能可以完美地化作现实并且价位不算离谱的话，这款极具象征意义的相机完全可以通过适当的营销手段获取出色的商业销售成绩——嗨，马克·扎克伯格先生，不要放过这座小金矿！

相关链接：

Leica M Monochrome

http://en.leica-camera.com/photography/m_system/m_monochrom/

Instagram概念相机

http://www.adr-studio.it/site/?p=399

游戏推荐

史诗连击·归来（Epic Combo Redux）

http://armorgames.com/play/13256/epic-combo-redux

“喂，这游戏到底是什么意思……？”

仔细观察了一下面前的画面，你若有所思地皱起了眉头：到目前为止，这个号称“史诗”的Flash游戏唯一的内容就是砸乌龟——见鬼，这到底有什么意思？

“不对，这么愚蠢的内容一定不是这款游戏在armorgames上取得8.7分的原因。肯定会有其它理由。”

是的，让我们重新看看标题……噢，既然是“史诗连击·归来”，那么理论上一定会有作为前作的“史诗连击”存在才对，搜索一下看看……嗯，有了有了：

“好了，你是一个抡大锤砸乌龟赚钱的商人，你用赚到的票子购买激光发射器和弹簧来把更多的乌龟轰上天来赚更多的钱，重复这个过程来让你的乌龟轰杀连击记录成为传奇。这款游戏的设计目的就是让你在最短的时间内将连击数字增长到10 000——顺带一提，我和乌龟没什么过节，我喜欢这些小东西。”

——以上就是“史诗连击”这部游戏作者的说明。

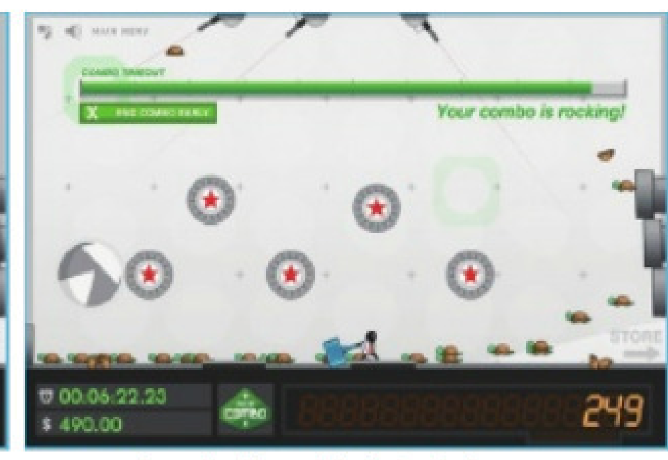
OK，了解过这个事实之后再让我们回到游戏中看看——没错，依然是用大锤敲乌龟，依然是越高的连击数带来的收入便越多，依然有五花八门的道具协助我们把更多的乌龟轰上天去，区别在于，这一次的道具种类更多功能更丰富，而且这一次的连击记录上限更高：1 000 000。

看到这里，或许你依然没法理解这部游戏的真正乐趣，没关系，你需要了解的事实只有一件：从0开始将连击数字累积到100万，所需的时间仅仅是10分钟而已。说句实话，这种堪称几何指数增长的游戏得分除了摇出777幸运数字的老虎机之外还真不多见，不过，这一次所有的加分要素都由你自己来控制——试过一次你就知道这意味着什么。

当那飞速滚动的数字稳稳地跨过1 000 000大关时，伴随着一声低沉的“Epic”提示，你的面前出现了一幅气势磅礴的结局画面——这个形容既无夸张亦非讽刺，个中滋味究竟如何，欢迎大家自己体会！



简直莫名其妙……敲乌龟有什么好玩的？



咦，好像开始变得有趣了？



呈几何指数上升的乐趣！



这个结局的滋味只有亲身体验过游戏才会清楚



2012年5月17日，Google宣布将要发布一项名为“知识图谱”的新服务。根据Google官方博客的说法，这项服务可以将用户的搜索结果进行系统化整理，从而让任何一个关键词都能组织成为完整的知识体系——换句话来说，Google以后很可能会取代维基百科和论文库成为广大高校毕业生撰写论文的最佳助手。

就在同一天，网易旗下的有道搜索也加入了“标签”这种可以对搜索结果进行分类的新机制。很明显，在社交网络服务展开又一轮洗牌的现在，传统的搜索引擎服务也走上了改革的道路。

■北京 Enigma

山寨豆瓣？——Ozoops

http://www.ozoops.com.au/

对于熟悉国内著名小清新文艺网站的朋友来说，这家网站的页面一定会带给诸位“似曾相识”的感觉——它的界面实在是与我们都不陌生的“豆瓣”太相似了。不过，虽然这家来自澳大利亚的网站究竟是单纯的模仿还是面向海外华人市场开发的新大陆尚无定论，但“豆瓣”本身的价值却通过这场事件完整地展现在了我们面前。即便是从纪念的角度来看，我们都值得围观一下这家国外网站。



手机尺寸在线看——Phone Size

http://phone-size.com

如今，利用各种IT资讯网站提供的信息，我们可以很便捷地了解心仪手机的各种硬件参数。但值得注意的是，作为一种随身设备，直观便捷地认识“实际尺寸”参数依然一项极为实用的服务，Phone Size就是一家专为实现这种效果而上线的网站。利用这家站点的功能，通过调节显示器实际尺寸参数等设置手段，我们可以在第一时间内清晰明确地了解“我看中的这款手机到底能不能收入裤兜中”的答案。最后，这家网站还提供了“尺寸对比”功能，方便我们通过参照物来了解其它手机的实际大小。

以图找图——JPG.to

http://jpg.to/

自从Google图片搜索推出“内容识别搜索图片”的服务之后，CBIR（基于内容的图像检索）就成为了越来越多国内外搜索引擎重点关注的新卖点之一。不过，对于大多数朋友来说，国内搜索引擎的使用效果很难让人满意，而Google的稳定性也是个让我们头疼的问题。因此，至少在目前我们“有备无患”的CBIR站点还是多多益善的，这就是我给大家推荐JPG.to的理由。这家网站不仅提供了诸如关键字、样板图片以及标签一类常用功能，更把“加分减分”这种SNS网站的常见机制有机地结合到了自己的服务中，值得尝试。





来说说手机的事情，笔者使用的是被称作Google“二儿子”的Nexus S，就因为其系统纯净、原生。最近一段时间以来，频繁有IT大佬们爆出要制作基于Android智能机的消息，比如百度、阿里巴巴、360和盛大等等。这些企业与普通厂商的区别在于各自都嵌入了自家服务，不愿意内置优秀的第三方或者竞争对手的应用，这种不顾用户体验的做法与山寨机几乎没有区别。还记得2008年就声称要做自主操作系统的中国移动么？从Android修改而来OPhone，现在已经加入了低端机的价格混战之中……

■小众软件 大笨钟



MP3工具合集——MP3 Toolkit

□**大小：**10.2MB □**授权：**免费 □**语言：**英文

□**下载：**http://www.mp3toolkit.com/

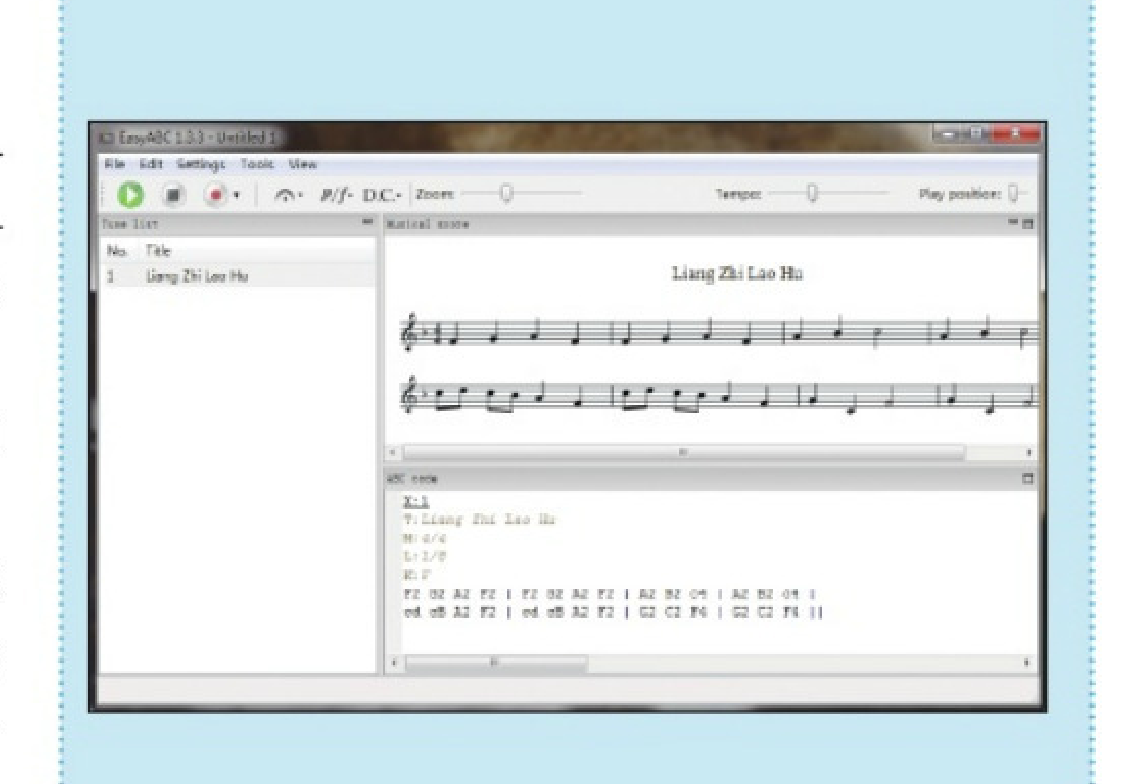
MP3 Toolkit是一款MP3超级工具合集，融合了6项针对MP3的功能，分别为MP3格式转换工具、CD音乐抓轨工具、MP3 Tag信息编辑工具、多首MP3合并工具、MP3剪辑工具以及MP3录音工具。MP3格式转换工具除了支持将音乐转换为MP3以外，还支持WMA、OGG、AAC、AMR等格式，并且还能调整比特率和采样率。MP3 Tag信息编辑工具可以修改MP3文件信息，包括作者、歌曲名、专辑、分类、年份等等。MP3合并工具与MP3剪辑工具配合使用可以轻松制作出自己喜欢的音乐剪辑。MP3 Toolkit使用简单，适合非专业用户。

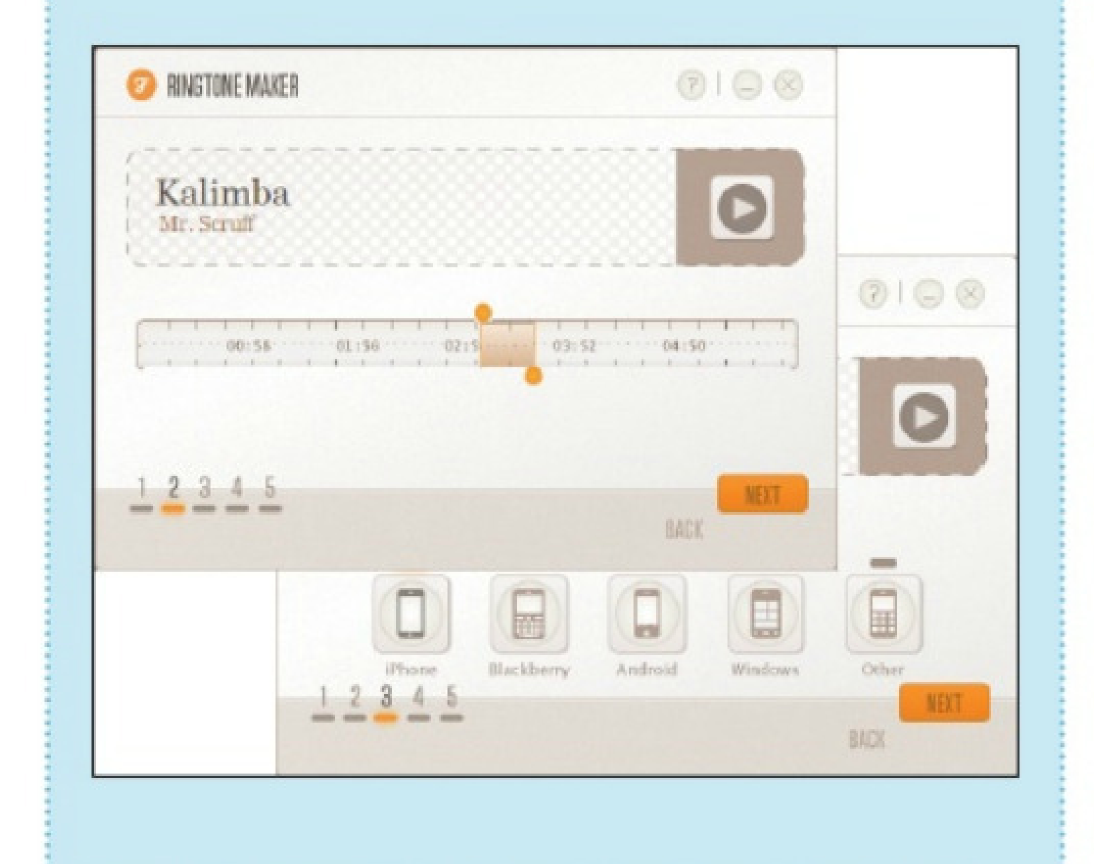
根据ABC记谱法制作MIDI音乐——EasyABC

□**大小：**11MB □**授权：**免费 □**语言：**英文

□**下载：**http://www.nilsliberg.se/ksp/easyabc/

EasyABC是一款根据ABC记谱法制作MIDI的工具。这种记谱法将A到G字母标记为音高，再配以其他符号用来记录变化音和音长等。利用这款软件就可以快速地从键盘输入英文字母，程序会自动把它们转换为音符，完成后可以输出成PDF、MIDI、SVG或者HTML格式。笔者从ABC记谱法的维基百科页面选取了《两只老虎》的乐谱，在EasyABC软件界面右下方的ABC Code中尝试输入，程序就会自动转换为上方的乐谱，点击播放按钮还可以预览这段音乐。EasyABC适合初级谱曲爱好者，我们可以自己在家创作了！



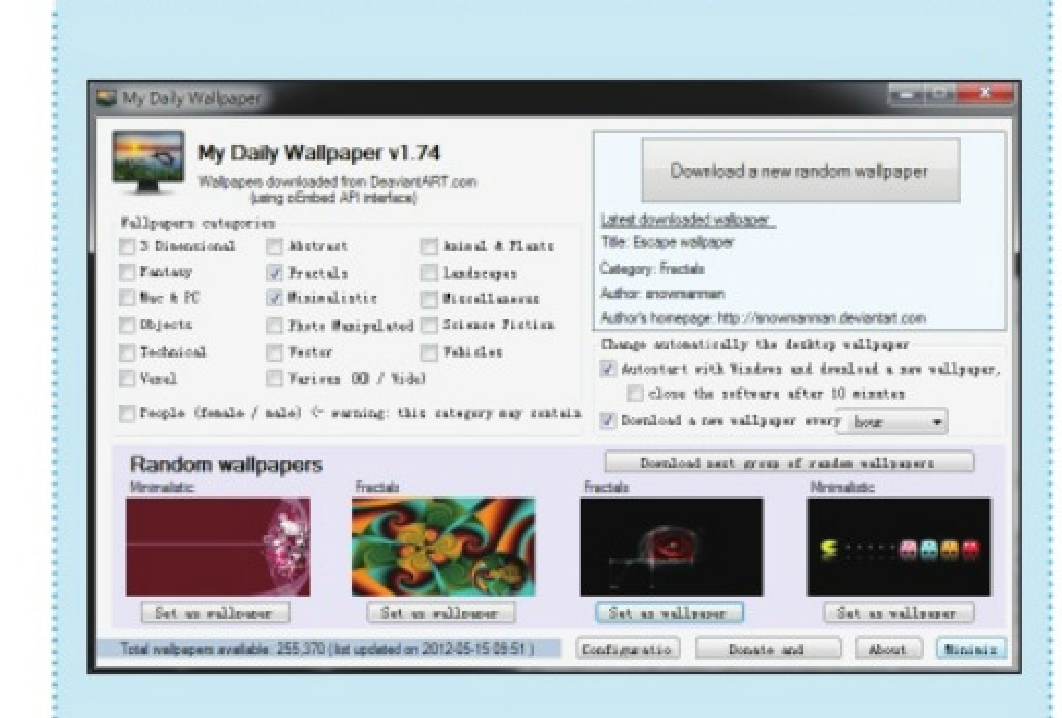


用你喜欢的音乐制作手机铃声——RingTone Maker

□**大小：**382kB □**授权：**免费 □**语言：**英文

□**下载：**http://friedcookie.com/product/ringtone-maker/

笔者曾经遇到一位朋友在入手一款某“水果”智能手机后就开始在网上疯狂学习如何制作手机铃声，但由于该手机限制颇多，折腾了好几天才实现了他的愿望，要是笔者当时向他推荐RingTone Maker的话那么一切就会变得简单许多。这款专门用来制作手机铃声的工具已经支持iPhone、Blackberry、Android和Windows Phone系统，你可以不用再顾及格式、时间长度之类的问题，只需拖动文件到主界面上，选中需要制作铃声的音乐片段，选择设备及保存的位置，点击下一步就完成了铃声的制作，简直太方便了！



每日自动更新壁纸——My Daily Wallpaper

□大小：197kB □授权：免费 □语言：英文

□下载：http://www.myportablesoftware.com/mydailywallpaper.aspx

从软件名称就可以看出，这是一款可以每日为你自动更新漂亮壁纸的软件，壁纸来源于著名社区DeaviantART的作品，该社区汇聚了世界上各类艺术家，让你绝对有“文艺范儿”。My Daily Wallpaper的界面稍显凌乱，左上角为壁纸分类，包括三维效果、科技、动植物、风景等共18个分类，如果你嫌麻烦可以全部勾选，总有一款会让你心仪。软件可以设置当Windows启动后自动运行并下载和更换壁纸，并每隔一段时间就更新一幅。如果等不及的话，可以使用软件界面下方的“Set as wallpaper”按钮立即更换一张！截止笔者测试时，壁纸总数已达255 370张。

超级图片合成利器——FotoMix

□大小：2.56MB □授权：免费 □语言：英文

□下载：http://www.diphso.no/FotoMix.html

FotoMix是一款多功能的图片合成软件，它可以将看似毫不搭界的图片融合在一起生成各种有趣的图像。使用FotoMix制作图片只需5个步骤，首先选择界面上方的“Background”导入一张背景图，然后点击“Foreground”导入另一张图片作为前景图，此时可以使用橡皮擦对图片进行修整。之后使用“Composition”执行合成操作，推荐使用“边缘褪色及透明度设定”功能让两幅照片变得浑然一体。接下来在“Touch Up”步骤中对合成图像进行润色，利用多种画刷对局部进行精细处理。最后点击“Finish”大功告成！



在资源管理器中预览视频缩略图——Media Preview

□大小：5.8MB □授权：免费 □语言：中文

□下载：http://www.babelsoft.net/products.htm#zh

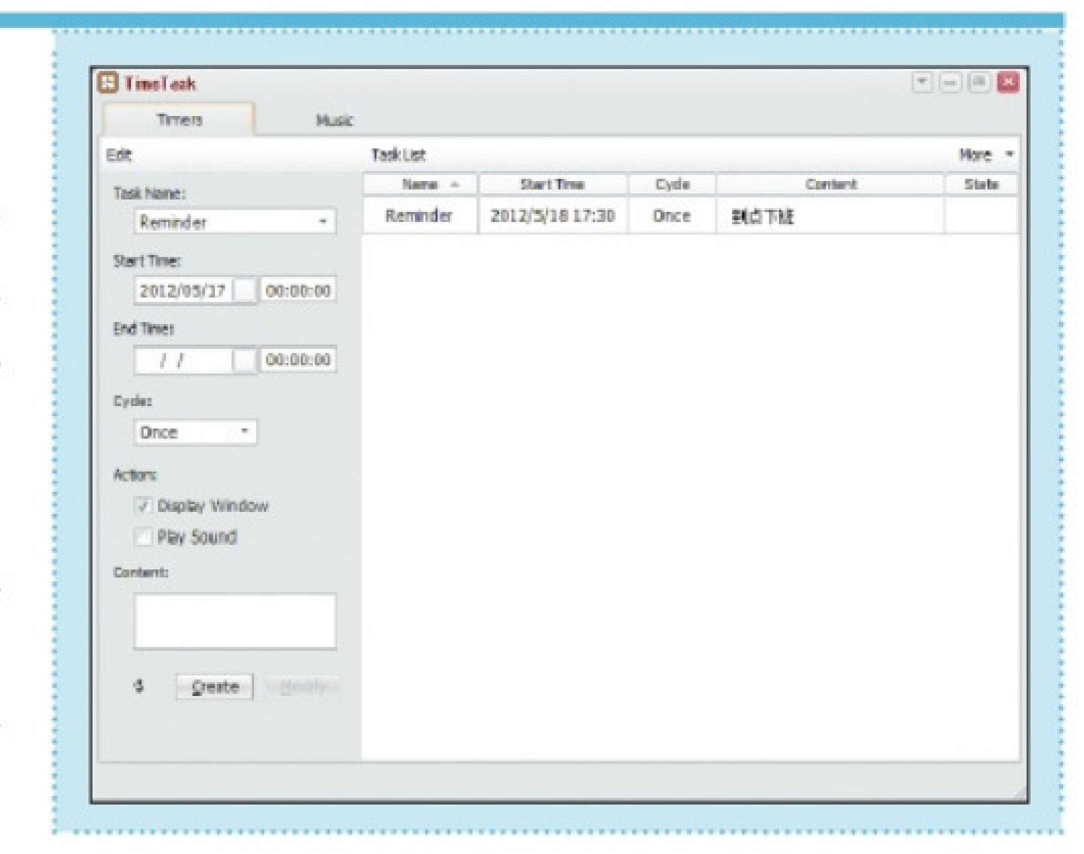
如果电脑里有许多格式的视频文件，你会发现在资源管理器中可以预览某些格式的缩略图画面，而有些视频文件只有图标或者只能看到视频文件的第一帧漆黑的图像，可辨识性并不高。Media Preview则支持生成多种视频格式的预览缩略图，并可智能选择具有代表性的画面。软件还能避免在浏览视频文件时由于缩略图的提取操作而造成的无法移动文件、无法重命名等问题。软件的另一个特点是运行稳定且迅速，你可以很快地在包含上百个视频的文件夹中快速预览每个文件而不需要长时间的等待。

全功能定时工具——TimeTask

□大小：6.2MB □授权：免费 □语言：中文

□下载：http://www.deskbox.org/timetask_chs.shtml

TimeTask是一款操作简单的定时工具，虽然Windows提供了计划任务功能，但很多人并不买账，于是各种定时工具也就应运而生。TimeTask提供了定时打开文件、运行程序、播放音乐、关机、重启等功能。设置时先选择要设定的项目再选择开始时间，如果是播放音乐等需要停止动作的任务，也可以设置结束时间。随后设置定时的循环周期，支持一次、每日、每月、每周、每年以及自定义。最后选择是否显示窗口及提示音乐，输入要提醒的内容，点击新建就万事大吉了。P





移动平台的安全问题如今已经变得越来越棘手。随着智能移动设备的普及，人们很容易就能接受移动数字化的支付方式，很多人已经习惯在手机上使用网上银行、进行股票交易、购买游戏甚至是大宗商品。有消息称，越来越多的黑客正在转向攻击移动平台，例如此前Android系统上出现的新型木马“TapLogger”，它能记录使用者在屏幕上点击的位置，进而推算出用户密码，而且该程序无须Root权限，中招就变得“方便又简单”。所以在此提醒，必须小心任何来历不明的APK文件，某些来自第三方商店的软件反而更不可靠。

■辽宁 马卡

大嘴学说话——Loud Mouth

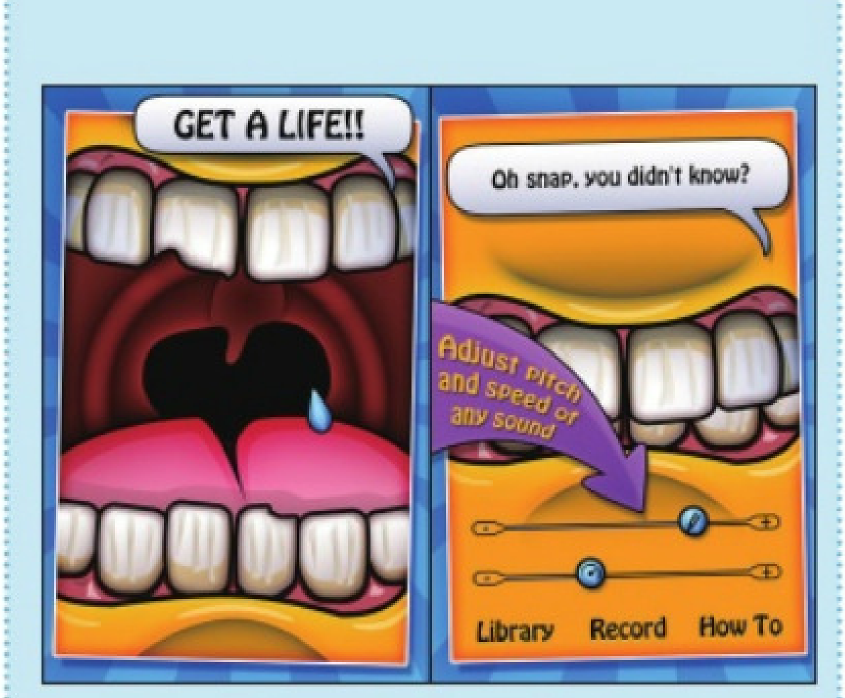
□大小：14MB □下载：http://t.cn/zOJytDL



这是一款类似“会说话的汤姆猫”（Talking Tom Cat）的有趣应用，如果改名叫“愤怒的大嘴”或许更为贴切。

“大嘴”会说很多又气人又好笑的句子，例如“You don't even know me!”“Loser!”“Shuuut up!”……点击“Library”后选择一句话，大嘴就会声嘶力竭地喊出来。拖动拉杆还能改变音量和音调，设定好之后点击嘴巴，它就会使用怪声怪调跟你说话，嘴巴的样子十分有趣，你也可以自行录制一段话让大嘴重新演绎出来。

点评：“大嘴”能在闲暇时逗你一笑，捧腹的变音效果也能增加聚会时的欢乐气氛。



大嘴声音大、很讨人厌，但却能替你说出心中的想法

在线畅听高质量音乐——多米音乐

□大小：4.7MB □下载：http://t.cn/zONx6Yv

多米音乐在Android与Windows Phone平台相继取得成功以后，终于推出了iOS版本。虽然网络上在线音乐播放应用层出不穷，但多米音乐凭借着速度“快”、流量“少”、品质“高”的特点得到了很多移动音乐迷的喜爱。新版多米音乐4.0在UI设计上给人以清新自然的感觉，功能布局合理且毫无凌乱之感。流畅的滑屏操作与音乐下载的顺畅感相得益彰，用户获得高品质音乐的同时，不会因为不断地进行数据缓冲而影响听音乐的感受。此外，在线流媒体压缩、本地歌曲缓存、智能WiFi连接、个人曲库双向云同步等功能也体现了以人为本的思想。

点评：多米音乐库中的中文歌曲非常丰富，日本、韩国甚至俄罗斯国家的歌曲也能通过强大的搜索功能找到。



完美支持APE、FLAC、WAV等无损格式

小小化学家——Chemist

□大小：大小：14.9MB □下载：http://t.cn/zOHSgS8

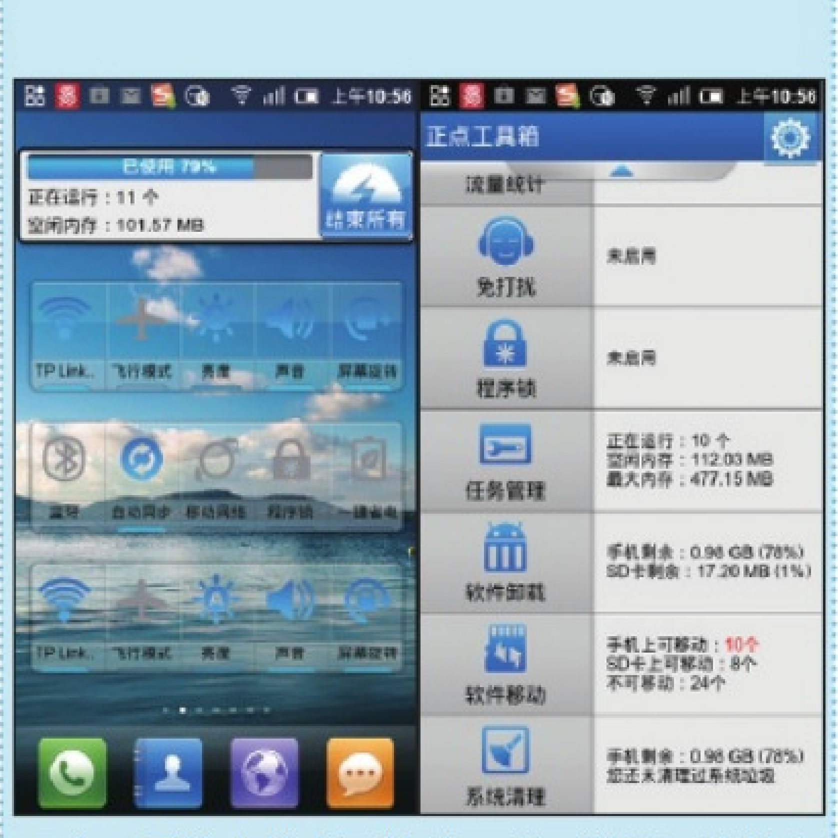
学化学最重要的就是做实验，不过有些化学反应具有一定的危险性，老师往往会亲自演示，如果你想在同学面前出出风头——还用软件模拟一下吧！“Chemist”的界面极为简单朴素，启动后会出现一个桌面，通过上方按钮可以添加各类实验器皿以及工具，比如酒精灯、试管、烧瓶、烧杯……放置时软件会发出仿真音效，感觉非常真实。实际模拟操作过程中你可以像真正做实验一样选择器皿、添加化学试剂以及调整相应的剂量，之后就可以把试管放在酒精灯上烧一烧，或者再往里面添加化学试剂……考验你的时候到了！当然即使发生爆炸也不会害怕啦。

点评：模拟化学实验的仿真工具，只是在发生化学反应时的效果表现力方面比较一般，很难给人留下深刻印象。



点燃酒精灯开始Show Time！

实用工具集——正点工具箱


正点工具箱支持桌面挂件，并可以只开启某个功能

□大小：2.9MB □下载：http://t.cn/zOHOIjS

“正点工具箱”是一款强大的小工具整合应用，它包括电量工具、流量统计、程序锁、任务管理、软件卸载、软件移动以及系统清理等实用功能，免去了用户单独安装这些软件的烦恼，同时又避免了运行时占用过多的系统资源。

电量工具中的“一键省电”很方便，它会根据设备的使用情况自行调整屏幕亮度、网络连接、蓝牙甚至是触感反馈，还可以查看电池健康状态和应用耗电排名。测试流量统计工具时，笔者用3G网络下载了几首音乐，之后再与运营商查询的结果进行对比，误差不超过512kB，比较满意。程序锁和任务管理工具也很实用，前者能为指定软件上锁，使用时必须输入密码，防止隐私泄漏；后者用来关闭正在运行的软件，释放可用内存。

点评：正点工具箱中的每项功能单独来说都称不上出类拔萃，但集合在一起就会产生“1+1>2”的效果！

出行必备——极品时刻表


“历史记录”会保存最近5条查询结果

□大小：848kB □下载：http://t.cn/zORphfn

笔者每年过节回家的时候都选择经济实惠的火车作为交通工具，然而众所周知国内订票难可谓“举世闻名”，所以在出远门之前就要制定好“作战计划”，查车次和列车时刻就成为了首要问题。老牌列车时刻表软件《极品时刻表》在今年5月1日率先推出了Android版本，它继承了PC版速度快、体积小、更新及时等优点，无需联网即可查询。多种查询结果界面样式可以根据用户需要一目了然地获得最关心的信息，此外还可以对发车时间、到达时间和用时等进行排序，过滤功能可以对始发车、过路车、动车、高铁等不同车种筛选。对于想“曲线救国”的用户，可以通过详细中转功能计划不同路线到达目的地。如果今后能加入余票参考查询和订票跳转链接就更好了！

点评：在此提醒用户一定要去极品时刻表的官方网址下载软件，据负责人说假冒版本的下载量比正版还要大……

我爱学英语——囧记单词



□大小：10MB □下载：http://t.cn/zO6Rdzk

“囧记单词”可能是Android平台最有趣的背单词软件了，它会给你一张照片或一副漫画，配合的图片内容会帮助你认识并熟记生僻的单词。例如“twinborn”，软件会显示两张人物对比照片帮助记忆，一位是NBA球星诺维斯基，另一位是国产连续剧《西游记》中的一个妖精。虽然他们二人无论是国籍还是年代都不搭界，但是从长相和神态上看却异常相似，你就会自然而然地联想到“双胞胎”这个词。之后你可以点击英文单词并在给出的选项中选择词意，在潜移默化之间就学会了很多以前让你感觉生涩难懂的英文。

点评：有些图片中的物品被标注上了英文名称，只要点一下就能看到它们的意思，在游戏中学习才是最快乐的！



绝妙的单词配图是软件的亮点

六月，火热的电脑

■河北 cherry

台北的Computex展会终于降下了帷幕，随着AMD、Intel、NVIDIA新款处理器、显卡的推出，这次年中的展会不再是一场数码盛宴和PC的炒冷饭活动，无论是在电脑的类型还是配件的性能上，都给我们展现了更多精彩。

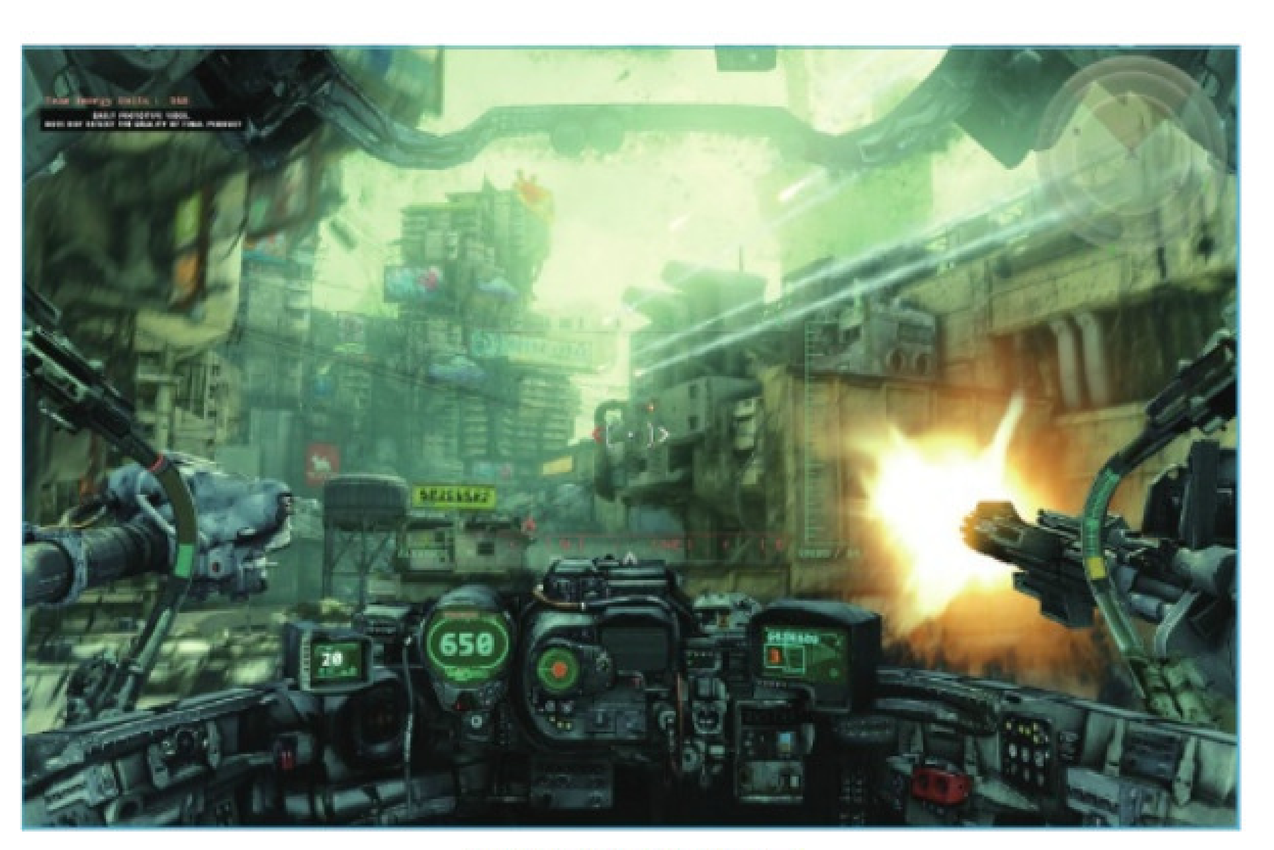
新一代AMD APU的强大3D能力不仅将体现在一体机与笔记本中，还将为我们带来拥有不俗3D游戏能力的AMD版时尚轻薄本——UltraThin。由于一开始就把设计权下放给厂商，其配置非常丰富，价格当然也就有很多种，最低价格将在599美元左右（不足4000元人民币）。至于曾经价格高高在上，叫好不叫座的超极本UltraBook，在IDF上也宣布将推出廉价版，通过优化设计和材料创新，以塑料替代金属材质外壳等方式，价格会降至和UltraThin接近的699美元（4500元人民币以下）。有些厂商已等不及超极本的第三代设计，开始为新一代产品增加触摸屏等配置，而且AMD与NVIDIA的新一代移动显示芯片中，都包括了面向超极本的低功耗产品，可大幅提升其贫弱的3D游戏性能。你的下一台笔记本，会不会是绚丽多彩，续航超长，功能丰富的UltraBook或UltraThin呢？



首批UltraThin可能会大量借用UltraBook的基本设计

随之而来的E3大展，似乎就是在告诉我们Computex上的强大硬件并不会英雄无用武之地，虽然随着硬件的发展和游戏理念的改变，常见游戏似乎对硬件的需求在逐渐降低，但硬件杀手级的出色游戏也并不罕见，例如在NVIDIA GeForce GTX 690发布时展示的《孤岛危机3》及CryENGINE 3引擎、一直和孤岛危机系列争相压榨显卡性能的虚幻系列新作《虚幻4》及其新引擎、机战游戏新标杆《HAWKEN》等，这些游戏可不是我们前面提到的APU或超极本配置的低功耗显卡所能应付的。

当然6月大家玩得最多的，应该还是盼望了几年的暗黑3吧，暴雪很厚道地让这款游戏在并不高的配置下也能流畅的运行，让广大本本用户燃起了希望，让我们选择一款能够支持我们随时随地深入地下城，和各大魔神激战的本本吧。



HAWKEN游戏场景

问题是，这些让玩家血压升高、心跳加速的游戏和硬件，也会让台式机或笔记本温度升高，风扇加速，在投身于这些火热的虚拟战场之前，先要拯救我们火热的电脑。由于第一次攒机或对系统热量估计不足，很多人在攒机时选择的散热配置，可能已经在室温逐渐升高的6月初表现出了一些不稳定或噪声增加的状态，大家可以考虑升级本期攒机中使用的CPU散热器。下期我们还会为大家奉上笔记本电脑散热、优化机箱风路等更全面的电脑散热解决方案。

一、高端游戏电脑

在高端游戏电脑中，我们特别关注安静且高效的散热，特别是在选择了有超频能力的酷睿i7-3770K的情况下，如果不能超频，实在有些浪费了它比i7-3770高出200元的价格。

对新一代核芯显卡的无线显示、高速转码、低功耗等特性完全无爱的玩家，或者在资金有限的情况下，也可考虑采用5月攒机推荐中的英特尔至强E3 1230 v2处理器，同样为22纳米工艺制造，没有核芯显卡，因此价格更低，发热量也

配件类型	型号	参考价格（元）
CPU	酷睿i7-3770K	2300
主板	技嘉GA-Z77-D3H	1299
内存	金士顿4GB×2 DDR3 1600套装	330
显示卡	七彩虹680-GD5 CH版 2048M	3999
硬盘	希捷Barracuda XT 2TB 7200转 64MB SATA3	710
固态硬盘	三星SSD830（64GB）	519
散热器	ANTEC 铜虎C40	149
光驱	华硕DRW-24D1ST	139
机箱	Tt星际指挥官USB 3.0版	359
电源	Tt金刚600强力版	599
键鼠	Razer地狱狂蛇游戏标配键鼠套装	269
显示器	明基GW2240M×3	3150
总价		12822

更低，只是超频能力受到了限制。为了保证游戏效果，我们推荐采用多显示器输出方式，因为游戏主角、目标一般都在画面正中，所以建议采用3显示器配置，尽量不要使用双显示器方式，否则主角、目标位于显示器接缝处，游戏感受非常不好。

二、中端游戏电脑

AMD专为中国市场推出的Radeon HD 7750以更高的默认频率提供了较好的性能，对更关心中端3D游戏和3D网游的用户来说，已足够使用，非常适合中端游戏平台。为了与其搭配，我们选择了同为AMD出品的处理器和芯片组，形成典型的3A平台。

配件类型	型号	参考价格（元）
CPU	AMD A8-3870K（盒）	860
主板	华擎A75 PRO4-M	599
内存	威刚4GB DDR3 1600G（游戏威龙双通道）	190
显示卡	蓝宝HD7750 1G GDDR5 白金版	799
硬盘	希捷Barracuda 1TB 7200转 64MB 单碟	580
散热器	AVC 凌雪SP01	79
光驱	三星SH-222AB	138
机箱	航嘉A505	100
电源	航嘉多核DH6	340
键鼠	罗技G100键鼠套装	199
显示器	华硕VS229N-C	999
总价		4883



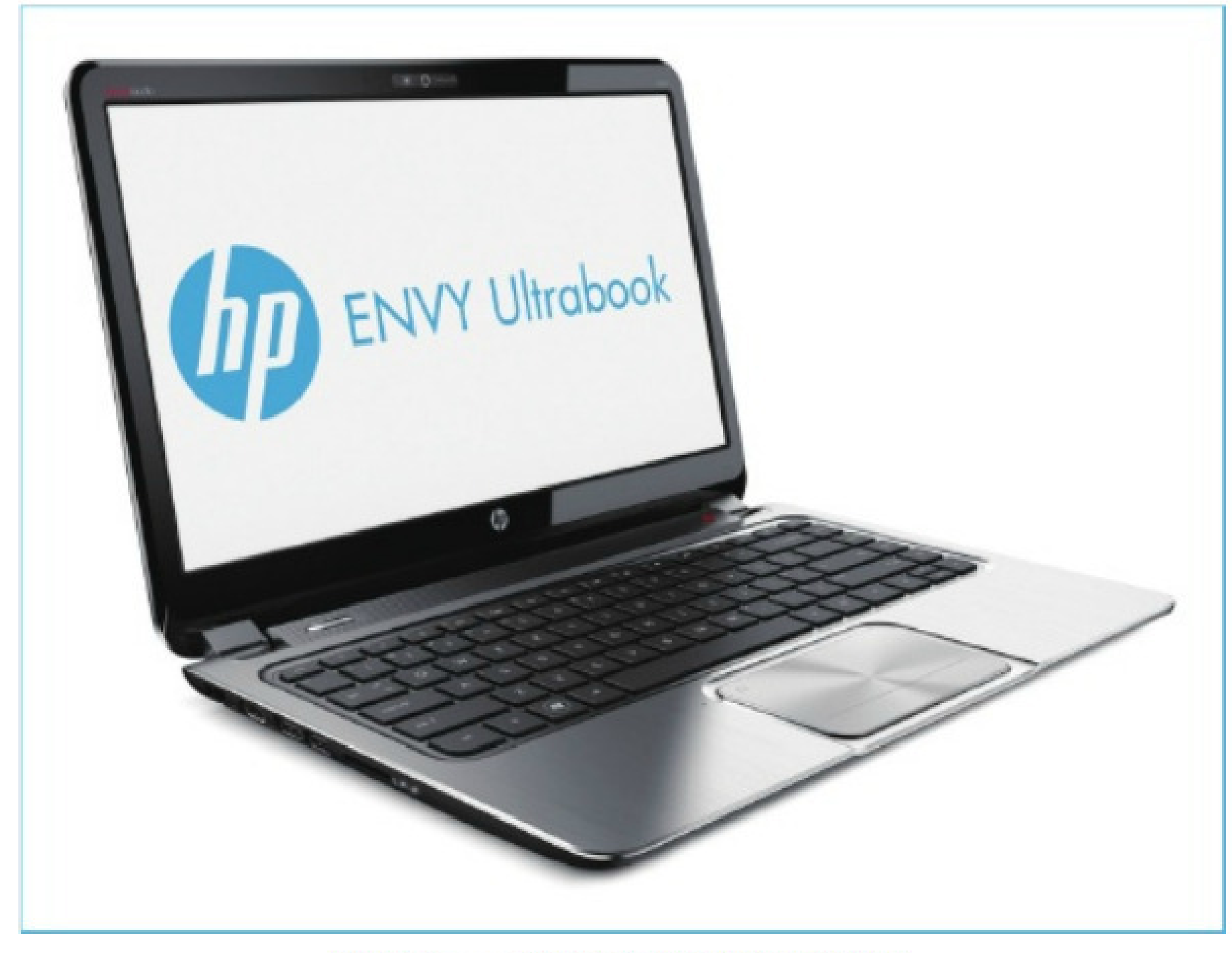
Radeon HD 7750的频率还可以提升至1GHz

中端平台中我们也选用了支持超频的处理器，所以同样需要选择静音和散热效果都较好的CPU散热器。和高端平台一样，它用热管将热量传导到较高的密集鳍片阵列中，并以侧置方式安装大口径低转速风扇来提升风量和降低噪声。对APU内置“单显”核心不感冒的用户，可选择价位类似的AMD FX 6100处理器。

三、游戏笔记本

在低功耗的Intel 22nm处理器和NVIDIA“开普勒”核芯显卡配合之下，游戏型笔记本可以做得更轻薄，有更低的发热量和更长的续航时间，而主流笔记本也可获得更好的游戏性能，提升性价比。

项目/型号	华硕 N46EI361VZ-SL	联想 Y480M-ISE	惠普Envy 4-1007tx（超极本）
参考价格	8200元	6500元	6299元
处理器	英特尔智能酷睿三代i7-3610QM@2.3GHz，睿频3.3GHz	英特尔智能酷睿三代i7-3610QM@2.3GHz，睿频3.3GHz	英特尔智能酷睿三代 i5-3317U@2.4GHz，睿频2.8GHz
内存	8GB DDR3 1600MHz	4GB DDR3 1333MHz	4GB DDR3 1333MHz
显示屏	14英寸LED显示器（分辨率1366×768）		
硬盘	750GB 5400转	750GB 5400转	500GB 5400rpm+32GB SSD
独显配置	NVIDIA GeForce GT 650M	NVIDIA GeForce GT 640M LE	AMD Radeon HD 7670M
光驱	蓝光刻录机	DVD刻录机	无
重量	2.7kg	2.2kg	1.75kg
操作系统	64位Windows 7家庭普通版+SP1		



惠普Envy 4超极本也开始配置独显

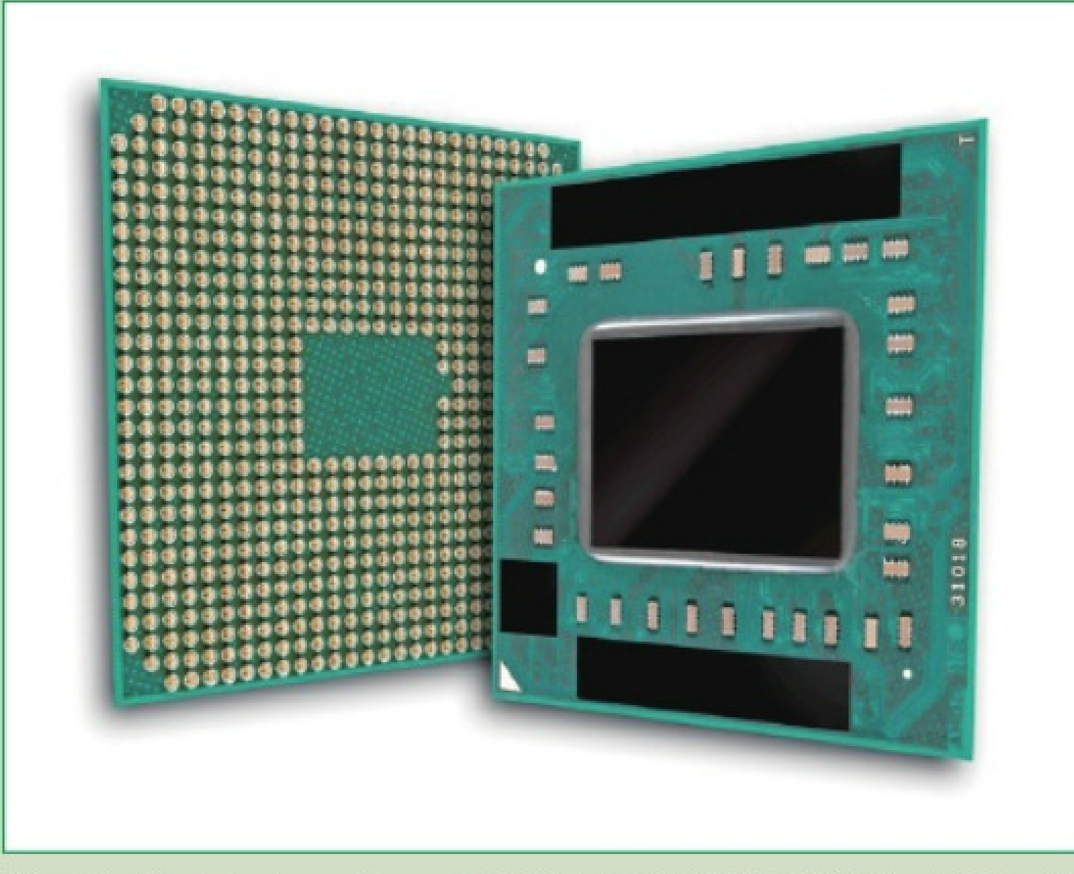
目前已有厂家推出了采用最新处理器与显卡的影音娱乐本产品，其中甚至还包括了轻薄时尚的超极本。相对笔记本较低的分辨率而言，GeForce GT 640M、Radeon HD 7670M等级的显卡，已可满足暗黑3的运行需求，如果要输出到更大屏幕或采用抗锯齿模式等更高设置，则需要考虑更高的显卡型号，不过这些型号目前都还未大量上市。

另外本期“新品初评”介绍的三星Q470虽然处理器配置不高，但采用了GeForce GT650M独显，也使其拥有了不错的游戏能力。P

头牌新闻

AMD发布代号Trinity的新一代APU

■本刊记者 魔之左手



5月15日，AMD公司宣布推出其第二代AMD A系列APU（加速处理器），该款处理器适用于主流笔记本电脑、超轻薄笔记本电脑、一体机和传统台式机，满足家庭影院PC及嵌入式设计等多样化需求。与前一代APU相比，A系列APU每瓦性能提升一倍，拥有更强的视频处理能力。

新APU内置AMD Radeon HD 7000系列显卡，图形性能较上一代提升56%，CPU与GPU能实现700 GFLOPs以上的计算性能，第三代AMD智能超频技术（AMD Turbo Core）可实现CPU与GPU之间效能的动态切换，增强的CPU和GPU功耗控制可将笔记本电池续航时间提升至12小时。AMD Start Now技术可让系统快速进入和退出低功耗状态，从休眠状态恢复仅需2秒，进入桌面仅需10秒。

AMD全球副总裁及客户机业务总经理Chris Cloran还表示：“在AMD Turbo Core及对生产效能和多媒体应用加速不断拓展的支持下，采用新一代AMD A系列APU的最新OEM笔记本、超轻薄笔记本、一体机和台式机可拥有最佳视频及游戏体验，而且外观设计纤薄、时尚，价格合理。”据悉，相关台式机系统和渠道组件将于今年晚些时候发售。P

硬件店

中国联通与三星联手打造的首批千元智能机上市



参会的三星电子、中国联通高层领导展示手机

5月中旬，中国联通携手三星公司举办“沃·3G千元智能机三星S6102E、S6352上市发布会”。三星电子高级副总裁兼三星电子大中华区移动通信部总裁李镇仲（左3）、中国联通集团市场营销部总经理周友盟（左2）、联通华盛总经理季巍（左1）、中国联通总部相关代表及其合作伙伴代表出席了本次发布会。三星S6102E和S6352支持WCDMA+GSM双卡双待功能，都配备了Android 2.3智能操作系统、832MHz处理器和全触摸屏。三星S6102E零售价为1158元，S6352零售价为1599元，中国联通为三星S6102E和S6352定制的合约计划有存费送机和购机送费两种模式供用户灵活选择。

全球科技影响力峰会召开，惠普发布多款新品



惠普公司打印与信息产品集团高级副总裁James Mouton（右）发布惠普商务笔记本电脑HP EliteBook 2170p

5月初，惠普“全球科技影响力峰会”在中国上海召开。这是惠普首次在中国召开的全球新品发布会，也是新成立的惠普打印与信息产品集团在全球范围内的首次亮相。此次活动中，惠普发布的新产品包括ENVY SpectreXT、ENVY Sleekbooks和ENVY Ultrabook、EliteBook Folio等一系列超极本。另外还有Z220工作站和EliteBook移动工作站、首款移动一体机Officejet 150 Mobile All-in-One、4款新型惠普激光打印机以及1款惠普Scanjet扫描仪。

Jabra打造“耳目一新”的蓝牙耳机体验

丹麦捷波朗Jabra于5月初正式发布全新四色Jabra CLIPPER及增添A2DP功能的升级版Jabra EASY系列蓝牙耳机。本产品的夹式设计让消费者可以自由固定耳机，它可同时连接两种无线装置，并快速转换手机通话及听音乐状态。产品的升

级版除了保有原本的清晰通话质量外，还支持A2DP，可流畅播放高品质音乐，轻松播放及跳转曲目。此外，新产品均配备不同大小的耳塞，以贴合耳部轮廓，提供舒适体验，不用担心耳塞脱落问题。



Jabra亚太区移动通讯部执行总监汤中强在介绍产品

诺基亚发布新款低端手机

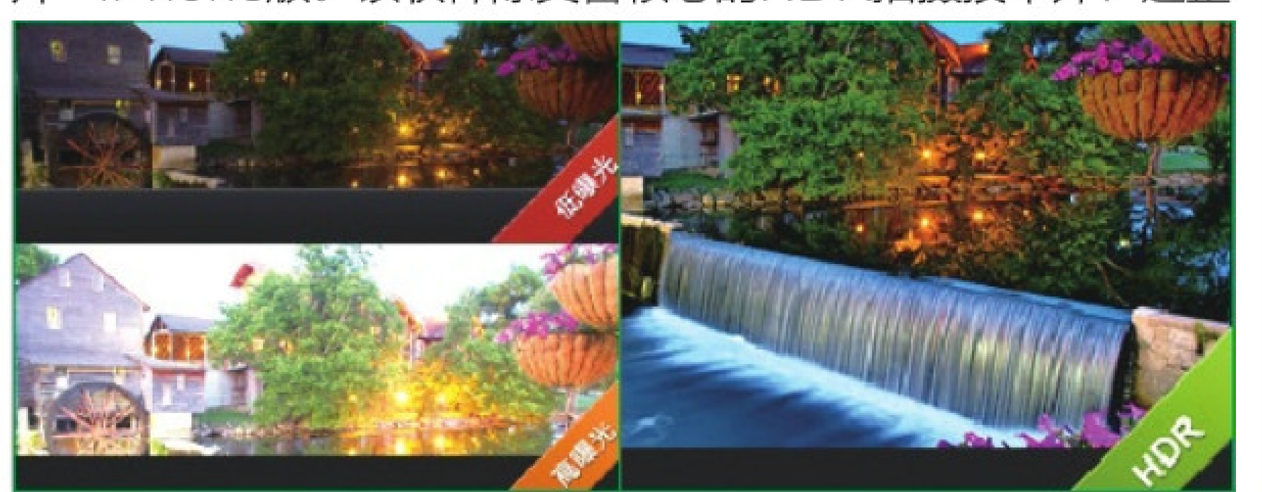
诺基亚于5月份推出Nokia 110和Nokia 112手机，继续推动“连接下一个十亿用户”的战略计划。这两款产品外形美观，亦具备上网功能，价格低廉。它们都采用1.8英寸显示屏，支持双SIM卡，拥有VGA级别摄像头。它们最高可以持续10小时通话时间以及约一个月的待机时间，支持最高32GB的外置存储器，支持收音机和蓝牙功能。



软件圈

“好照片”iPhone版上线五天超iPhoto

一直针对海外市场的恒图科技于5月推出了“好照片”iPhone版。该软件除具备核心的HDR拍摄技术外，还整合了其他诸多功能。软件很快在苹果App Store中国区总排行榜上超过了苹果自有产品“iPhoto”，位列免费总榜的第三名，工具免费榜第一名。



壹人壹本携手致远软件 打造智慧云端书写

5月8日，北京壹人壹本信息科技有限公司与北京致远协创软件有限公司联合召开了“灵动管理 智慧协同——致远软件与壹人壹本战略合作暨第四代移动办公解决方案”发布会。在发布会上，壹人壹本和致远软件签署协议，宣布建立战略合作伙伴关系，双方共同推出第四代移动办公概念“基于数字化书写的‘云+端’移动办公理念”。

UC优视国际化战略升级，打造移动互联网全球化枢纽

全球移动互联网大会5月在北京举行。会上，UC优视与美国知名应用开发商Evernote签订了全球产品技术合作协议，同时宣布即将与全球顶级运营商Vodafone在印度市场结成合作伙伴关系。此外，UC优视还正式联合Evernote、InMobi、新浪、搜狐、凤凰等一批国内外优秀企业，组建了业界首个移动互联网全球化组织——GGL联盟，共同开拓全球市场。



UC优视董事长兼首席执行官俞永福进行主题演讲

网络帮

中国浏览器厂商加入W3C大家庭

5月12，万维网联盟W3C（World Wide Web Consortium）在法国举行了每半年一次的成员见面会议。本次峰会的最大亮点是新设了“中国浏览器和W3C标准”研讨会。国内浏览器厂商腾讯、360、UC、傲游、天天均受邀出席。据悉，这是国内浏览器厂商扎堆加入W3C之后首次参加其成员会议。

晶合快评

万物皆可萌

■晶合实验室 世界

人类已经无法阻止世界萌化了。

这句话为什么从我嘴里说出来就那么别扭呢？看看我的名字，哦，明白了！怪不得浮云总是说我很萌，可是自己真的一点儿也不这样认为。这么可爱，一定是男孩子……这不科学，看看比我更萌的生物吧！

诺基亚的Lumia 800最近登陆了国内市场，很庆幸我的710可以换后壳，说不定过不了多久在Amazon上就会贩卖跟“水果”手机一样的二次元配件。不过某天当我看到11区画师POP的拟人化同人志作品时，便立刻产生了不可思议的即视感——教练，我要这个撸妹子！除此之外，这本画册还将东芝IS12T、富士通ARROWS X LITE F-05D、黑莓Bold 9900、索尼Xperia X2、卡西欧G'zOne IS11CA和夏普AQUOS PHONE SH-12C等机型一并拟人化，每一个人物形象都紧贴原手机造型并在其基础上加以发挥，非常传神。



悬浮在半空的蓝色陶瓷片才是萌点啊！（喂！）

如果你认为这只是局外人一种YY行为的话，那么又怎样解释以下微软这种卖萌的举动？2010年9月27日，台湾微软的官网上出现了一名神秘的日系角色，她就是台湾微软Silverlight的官方代言人蓝泽光（http://www.microsoft.com/taiwan/silverlight/）。小光一经推出便立刻轰动了ACG领域，有些人甚至还拿她和初音PK，著名的国外社交网站也成立了蓝泽光的粉丝团（http://t.cn/hbSOwJ）。另外她还有个英文名字：Hikaru，就是日文的“光”，还真是天下御宅族耳熟能详的名字啊！从人物设计上看，的确是有一点初音的味道，比起那种很明显的双马尾，我还是更萌小光一些（某公主要生气了……）。


这简直就是犯规嘛……强烈要求小光同时代言Windows Phone

其实对于微软而言，小光还不是他们第一位拟人化人物，当初Windows 7在日本公布之时，“WIN7娘”窓辺**ななみ**（窗边奈奈美）就曾为DSP版Windows 7的发售助力，并由知名声优水树奈奈配音，甚至还出过限定发行的音乐CD。看来微软不只是“开窍了”，还到了走火入魔的程度，蓝泽光的诞生只是微软“邪恶”帝国的阶段性任务。要想干掉Flash，必须从娃娃抓起，必须要从娃娃的精神世界抓起。


拥有典型处女座气质的世界

软件可萌，硬件当然也可萌！最具代表性的当属著名主板与显卡制造商微星科技，他们从去年2月份起在秋叶原专卖店就摆出了一张“微星娘”的征名公告，希望广大的微星用户为她取一个好听的名字。两个月后，美星蓝（**みほし あい**）就这样诞生了（http://jp.msi.com/info/moe/）。微星娘是以银白色和水蓝色为基本色调的机娘形象，双马尾，头部、胸前和手上等装置均标有微星的英文缩写“MSI”。最让我感到奇怪的是她的个人设定，首先出生年份居然是2111年6月8日，一开始怎么想都是那么伪和，难道是和朝比奈学姐一样的未来人？这样的话好像也能说得过去。机械动力126.3马力，人家是机娘嘛这个参数当然可以有，但是那个“.3”是怎么回事儿？也许这就是萌点吧！兴趣是散步，喜欢吃鲷鱼烧，这一点和哆啦A梦有些相似，不过她真的不用喝97号汽油么？



除了痛手机、痛主机、痛车，如今还可以痛显卡

认识了这么多萌系角色，相信你已经逐渐接受了这种设定。为了让80、90后的年轻一代更快、更容易接受各种新技术或者新的软硬件，萌化自身产品并有针对性地去迎合这个潜力巨大的消费群体，是一种很有效的方式。二次元的进程还会继续，保持一颗年轻的心也会让IT行业青春永驻吧。

漫画作者：wulock

世纪天成 科幻星战网游《EVE:新纪元》探索全攻略

EVE ONLINE 新纪元

当冰与火邂逅，会迸发出怎样的灵感和疯狂的奇思妙想？从星战网游《EVE Online》（以下简称EVE）诞生于冰岛伊始，来自世界各地的无数玩家已经为这个充满无限可能的宇宙深深沉醉。这款融合科幻元素、以未来宇宙世界为背景的网络游戏，到底有着什么样的魔力呢？



踏上一段科幻旅程

迈入EVE的那一刻起，你便进入了一个充满科幻元素的奇妙世界。

在人类的未来，随着太空技术的不断发展，星际航行对人类变得越来越有利可图，在曲线跃迁技术的帮助下，人类在太空的触角逐渐伸向宇宙更深处。经由一个天然虫洞，人类到达了那个被命名为“新伊甸”的全新世界，虫洞两端的跳跃门则被命名为“EVE之门”。

在几百年后的一场灾难中，EVE之门崩溃，来到这里的冒险家和淘金者都已经无法回到故乡，幸存下来的人类后裔在漫长的岁月里再次发明了宇航技术，重建了EVE世界的高度文明。

视觉上的饕餮盛宴

形状各异颜色多变的星云，逼真的星球表面和瑰丽的大气云团，隐隐约约闪烁着的点滴星光……EVE把宇宙无与伦比的美丽，毫无遗漏呈现给了每一位置身其中的玩家。EVE中的星云并不是简单的贴图，根据玩家所在星系位置的不同，所看到的是EVE宇宙里不同的真实星云。

不同于多数网游为了广告宣传而专门制作CG，EVE无论是游戏宣传视频还是平面广告，使用的都是来自游戏中的真实画面，因此当玩家进入到EVE世界中，所见到的是和宣传完全一致的精美画面。



行驶在深邃的宇宙中，舰船映出天空中星云的反光，在你周围各种飞船繁忙地穿梭不断，喷射着颜色艳丽的尾焰在星空划出优美的线条。这些，无一不会让你惊叹折服，完全融入到这片宇宙中。

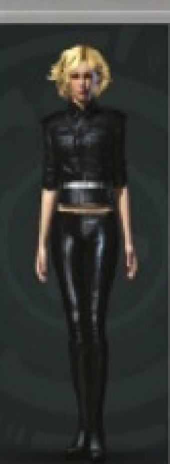
激烈的星际战斗则看上去更加惊心动魄。在一场战斗中，各色激光、磁轨炮、导弹甚至炸弹的光亮照亮了整个战场，船体因为受到攻击而猛烈震动，即将被打击毁的舰船冒着灰烟仓惶逃走，大型基地被摧毁时占据整个屏幕的大爆炸……当一个容纳了数百甚至上千战舰的庞大舰队出现在你的视野，一场视觉上的饕餮盛宴已经拉开了帷幕。



独一无二的角色和舰船

要进入到宇宙中冒险之前，首先必须创建一个EVE世界中的你，他/她将作为你的化身开始这段宇宙冒险。在人物创建过程中，你可以随心所欲对人物的整体特质进行调整，如人物的身高、体重、身材、年龄、肌肉等，之后便可以开始细致雕琢人物的五官和骨架。除了可以直接点选轻松造人，也可以拖动鼠标进行微调，从鼻梁到脸颊，从颧骨到耳朵大小，直到人物脸部的每一个细节上都精确符合要求为止。不仅如此，人物的肤色、发型、发色、瞳孔颜色也都可以自定义。





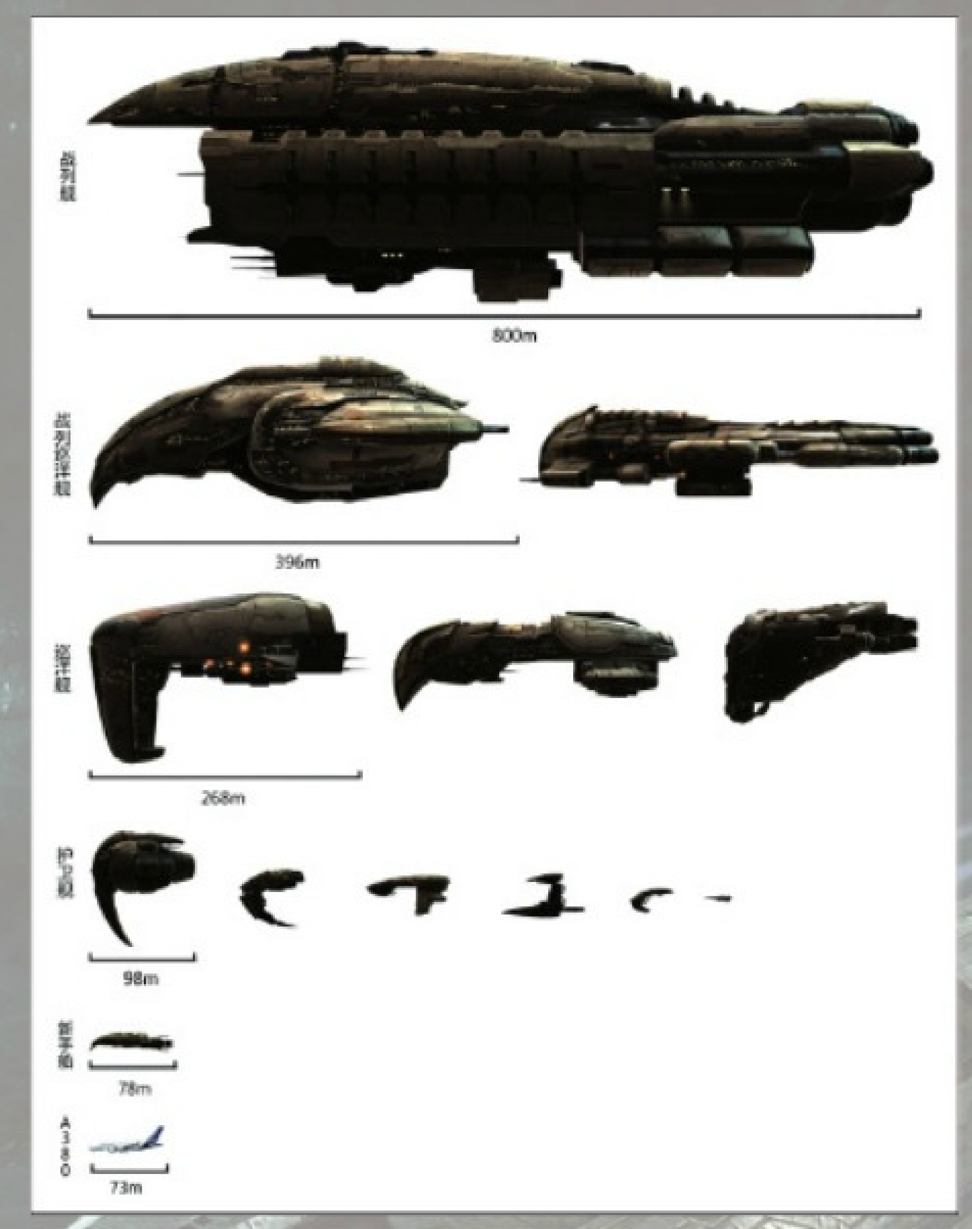

EVE世界的每一件衣服饰都经过设计师的精心设计和考量，这些充满未来科技感的精美服饰，都是由拥有10年以上相关行业经验的国际顶尖时装设计大师操刀的作品。长期过担任著名意大利服装品牌Diesel设计师Fiona Cribben的加盟为EVE的服装注入了明显的时尚韵味，游戏中的服饰或大气奢华或别致优雅，各式新装层出不穷，穿上剪裁合身的服装，让你立即变身为冷峻严酷的指挥官或者是优雅迷人的美女舰长。

按照不同的种族和舰船功能区分，EVE的开发队冰岛为游戏设计了各类不同的舰船。飞行员初入宇宙会收到系统赠送的新手船，后来通过逐渐积累经验和ISK，拥有属于自己的护卫舰、驱逐舰、巡洋舰甚至旗舰级的超级航母、泰坦。游戏内的数千种飞船装备能根据不同的目的不同的任务进行排列组合，对船的攻击力、防御、性能进行调整。可以说，EVE里没有完全相同的两艘船。

享受战斗的乐趣

练级会让一款原本可能极富趣味的游戏变得枯燥无比。而在EVE中，并不存在等级的概念，这就意味着玩家再也无需反复的刷怪练级，而可以纯粹享受星际间战斗的乐趣。

决定EVE中一场战斗胜负的因素是非常多元化的，譬如采取战术上的差异、配船方案的不同，都可能导致同一



场战斗有着大相径庭的结果。通过对战术和配船方案的斟酌，刚刚进入EVE世界不久的新玩家，也是有可能击败有着丰富经验的老玩家的。

技能，是EVE世界每一位飞行员的宝贵财富。EVE的技能系统拥有15个类别340多种技能，在EVE中玩家可以有选择地直接进行技能学习。EVE世界没有职业区分，只要学习了相应的技能，就可以胜任每一种工作。技能的学习是基于现实时间的，当你激活一个技能学习后，无论是否在线，技能的增长都会继续增长，直到完成所需要的学时。有了必要的技能基础后，飞行员们就可以登上更高级别的舰船，装配更为强大的装备。

除了与游戏NPC的周旋，玩家和玩家之间的战斗也随时可能打响。当加入游戏内的军团后，玩家便有可能参与到上百人甚至上千人的大规模会战当中。一旦会战开始，己方的统帅必须运筹帷幄，队员彼此相互配合，方能击败对方军团险中得胜。

好戏，开场了！



多样自由的赚钱途径

有了足够的ISK（EVE游戏中的流通货币），飞行员才能够购买舰船和装备。

在这个自由宇宙里，赚钱的途径可谓多到让人眼花缭乱。有人偏爱接受代理人的任务获取酬劳和奖金，还可以顺便以打捞辅助，打捞敌人残骸中有价值的物品；有人偏爱利用精明的经济头脑解读市场信息赚取差价，从中牟利；有人牢记“长大要当科学家”的梦想，偏爱研究蓝图制造出卖价昂贵物品，小到零件而大到旗舰级别的飞船；有人则偏爱收入一般却稳定的矿工，驾驶驳船采集矿石换取ISK……

EVE的经济系统主要以市场为平台，市场运行完全按照现实世界的规则。在市场查询物品，可以查到与该物品相关的价格、卖出方、求购方、剩余数目、与玩家的当前距离等基本信息，通过查询商品详细市场信息，还可以观察出商品的每日交易量、每日平均价、5日价格均线、20日价格均线等信息。一些玩家在拥有某些特殊商业技能(比如对远程物品的买卖)并掌握了足够资金后，可以一动不动，仅仅通过精心分析市场信息，轻点鼠标，在短期内就可坐拥富可敌国的财富。

永无止境的探索

根根据目前所知，EVE世界中有7808个恒星系统，宇宙平面面积达到8500平方光年，其中有5431个知名星系，2498个虫洞空间……哪怕是体积再庞大的舰船在茫茫宇宙里也只能算是沧海一粟。

这个一望无际的世界里，盘踞着艾玛、加达里、盖伦特、米玛塔尔四大种族，除了这些“正规军”之外，还有血袭者、天使、古斯塔斯、萨沙等势力蠢蠢欲动……

对于宇宙中的“琼斯博士”来说，探索也是EVE中的职业之一。通过对信号的扫描，无数未知的磁力空间、引力空间、虫洞空间可供探索。这些未知空间里或有珍稀的矿源，或有人迹罕至的遗迹等待考古人员去破译，探索工作虽然高风险，却无疑也是高回报的。

那些不太光彩的事情

正如之前所言，EVE是一个真实的自由世界。

在这个真实世界里，既然可以成为公司CEO、知名富商、顶尖科学家等受人尊敬的社会上流人士，也可以随心所欲选择任何一种其他的生存方式——

混入对方军团窃取情报的间谍也许不大光彩，却可能成为一场大型会战中扭转战局的关键；部分道具在EVE世界中属于违禁物品，如何制造违禁物品或是通过巧妙的航线设置绕过监察卖出高价，也是一门需要研究的学问；最可恶的不止是打家劫舍的海盗，更是那些使出各种手段诱使飞行员主动攻击，从而受到法律的保护正大光明发起战斗的“受害者”；商人不光可以通过正当贸易，在合同上动手脚的商业骗子一样可以快速致富……



同一宇宙

与绝大多数网络游戏的多组服务器形成的多个平行游戏世界不同，EVE的所有玩家都在同一世界中，就如同蝴蝶在热带轻轻扇动一下翅膀，遥远的国家就可能造成一场飓风，这唯一世界里，一件小事也可能引发严重后果，并且这样的“蝴蝶效应”会一直扩散到宇宙的每一个角落，游戏内的玩家越多，这种效应也会越强烈。

试想，你在恰当时机做的一个决定，有可能会影响到整个EVE世界的每一个玩家，甚至改变EVE世界的整个格局。你所参与的，是所有EVE玩家的游戏体验。

银河史诗巨作《EVE Online》国服版本《EVE:新纪元》即将全球同步登陆中国，宇宙精英封测在正在火热进行中，六月底开放性测试即将开启。你，还在等什么？ P

汉威信恒 全球顶尖游戏制作人云集CGDC

中国游戏开发者大会五周年照亮世界游戏未来

就像每一部经典的电影背后，都有像斯皮尔伯格、卡梅隆一样的大师一样，每一部经典游戏的诞生，也凝聚着顶尖游戏制作人的心血。但是与那些满是聚光灯跟随的电影导演不同的是，即使你对游戏制作人每一部作品都充满狂热，但是这些游戏的缔造者却鲜为人知。



这些幕后大师们虽然为玩家缔造着一个个经典的游戏世界，但是他们每年真正走出工作室面对聚光灯的机会却寥寥可数。近几年，随着中国游戏市场在全球游戏产业地位的迅速提升，越来越多的世界级、大师级游戏制作人也开始频繁来到中国，并在中国游戏开发者大会中悉数亮相，通过公开演讲，与中国的游戏制作人分享成功经验。

点燃游戏制作创意之光 CGDC成大师殿堂

2012年第五届中国游戏开发者大会(CGDC)即将于7月25日至27日在与上海新国际博览中心相邻的浦东嘉里大酒店召开。每年在此时都会有全球知名的游戏制作人专程访华参加CGDC，而在这全球最高级别的开发者交流大会中，曾有例如《魔兽世界》《暗黑破坏神》《天堂》《永恒之塔》和《传奇》等国内玩家耳熟能详的游戏制作人赴DC带来游戏制作成功经验，近期组委会更是宣布缔造了《洛克人》《鬼武者》《失落的星球》等经典作品的前CAPCOM当家制作人稻船敬二受邀成为CGDC主题演讲嘉宾。这也是自中国游戏开发者大会创办五届以来首位做主题演讲的日本著名游戏制作人。而按照多年主题演讲至少三名国际尖端游戏制作人且不重复的惯例，今年的CGDC舞台哪位嘉宾将受邀出席，结果令人甚为期待。

作为日本领袖级的制作人，稻船敬二曾在日本CAPCOM公司供职长达25年时间，经历了CAPCOM的全盛时期，并以CAPCOM当家制作人的身份缔造了《洛克人》《鬼武者》《失落的星球》等经典游戏作品，而在业界享有极高的威望。

1987年稻船敬二进入了当时正处于高速发展期的CAPCOM公司并参与了初代《街头霸王》的美术和插画设计工作，后来被配属到家用机游戏开发部门，在藤原得郎（代表作：《战场之狼》《魔界村》）的带领下负责开发ＦＣ平台的原创动作游戏《洛克人》。此后稻船将这部作品逐渐发扬光大，推出了《洛克人X》《洛克人DASH》等多个系列。



1997年，已经声名显赫的稻船参与到了CAPCOM的全力之作《生化危机2》，此后，稻船负责开发了PS平台原创新作《鬼武者》，时至今日，《鬼武者》系列已经拥有了全球累计800万套的惊人销量，成为了CAPCOM最为重要的品牌之一。而在连产多款大作的盛名之下，稻船敬二在日本游戏业界同样享有极高的威望。

稻船敬二主导和参与制作部分作品及销量：

"洛克人"系列　2900万
"生化危机２"　500万
"鬼武者"系列　800万
"丧尸围城"系列　520万
"失落的星球"系列 480万
"街头霸王Ⅳ"　310万
"生化危机４"　220万
"生化危机５"　580万
"怪物猎人"系列　2100万

中国游戏开发者大会分享游戏开发经验

除了稻船敬二，本届的大会还邀请了众多全球知名游戏研发大师参与讨论。作为由ChinaJoy组委会指导，汉威公司主办的针对游戏研发技术领域的重要技术性交流盛会中国游戏开发者大会（CGDC），旨在为促进国内外技术交流、鼓励中国原创游戏产品的大背景下应运而生，目前已经举办四届。CGDC按照其功能性划分为在线游戏专场（包括客户端游戏和网页游戏）、社交游戏技术峰会、移动终端技术峰会和





未来游戏技术峰会。大会每年会期为三天，每年邀请发表技术讲座和最新技术经验分享的全球顶级游戏技术领域的专家逾百人，到会听众2000人以上，分别是国内外各个游戏企业的中高端技术人士。CGDC根据国内技术交流的实际需要囊括了当今游戏行业各个领域，涉及大型在线游戏开发、手机游戏、社交游戏、网页游戏、未来游戏技术发展等。其中涉及游戏制作技术环节包括：策划、美术、程序、运营、音效、管理、安全、测试八大类。

在每年的中国游戏开发者大会上，都会有很多走在时代前沿的新话题、新思想和新论点在CGDC大会中所提出。伴随着时间的发展，大多具有建设性的设想都已得到了实践的证明。而大会中所邀请到的资深国际大师将成功经验分享给所有到会听众，使得CGDC在国际同类型大会上同样享有盛誉。

近年CGDC部分演讲嘉宾及相关介绍

宋在京，韩国网游第一制作人，主导研发了韩国国民级网游《天堂》等多款知名产品，独立创办XLGAMES公司，并领衔研发全球首款第三代网游《上古世纪》。

CevatYerli，互动游戏界世界知名的领先独立开发团队Crytek的首席执行官，创始人和总裁。他一手缔造了CryENGINE引擎并且获得了多项殊荣。相关作品：《孤岛危机》系列。

Max Schaefer，Condor公司的联合创始人兼总裁，后公司被收购，成为暴雪北方分公司。历任《暗黑破坏神》《暗黑破坏神2》和《暗黑破坏神2：毁灭之王》资料片的高级策划与项目负责人。Flagship Studios的共同创始人，COO兼Mythos项目的高级制片人。Runic Games公司的创始人兼CEO，火炬之光PC和XBLA版本的开发者。

TomCadwell，十年从业经验的游戏设计师，参与过《英雄联盟》《魔兽世界》《魔兽争霸3：冰封王座》《战争阴影》和《黑暗王朝2》。他目前担任RiotGames英雄联盟的设计总监。

相对于国外嘉宾而言，国内演讲嘉宾更是众星云集，如腾讯、盛大、金山、九城等游戏公司均会委派专人参加。通过国内外各知名游戏机构、专家、制作人等全球游戏精英，针对游戏策划、制作、开发等诸多技术环节展开演讲和讨论，以游戏技术研发探讨与交流为导向，以促进国内外游戏开发领域的技术交流与合作为宗旨，交流经验、分享最新技术成果、探讨未来技术发展趋势，为所有产业人士和希望深入了解中国游戏开发情况的海外公司提供最佳技术交流平台。



推动游戏开发 CGDC照亮世界游戏未来

伴随着中国游戏行业发展变化，在第五届CGDC会议结构上将加大网页游戏、移动游戏和社交游戏研发论坛的内容比重，这一改动在前瞻游戏行业发展趋势同时，更加增强了会议内容的含金量。在经历了最初单一模仿的发展阶段后，游戏企业不断加大内容和题材的创新，游戏从小到大，由重数量到重质量，从内容到形式，以及经营模式不断地推陈出新，发展层次不断提高。拥有自主知识产权的原创游戏有力地推动了我国游戏产业的发展。我国网络游戏企业研发的原创网络游戏已经连续多年占据中国网络游戏市场的主导地位，一举扭转了产业发展初期进口网络游戏一枝独秀的局面。





在大会五周年之际，作为亚洲最具影响力的游戏开发者交流讨论、分享智慧的平台，CGDC将秉承唯学术交流至上的理念，继续推动中国游戏产业的发展，提升国内游戏的品质高度，同时我们欢迎来自国内外游戏开发者的积极参与和广大企业的大力支持。2012年CGDC已经得到了来自微软、INTEL、AMD、nVidia、Autodesk、Adobe、EPIC、Crytek、Unity3D、Bigworld等国际知名技术型企业的鼎力支持。目前大会组委会已经接到大量来自全球范围内的各大游戏研发商推荐的知名游戏制作人到会参与演讲的申请，演讲人和论文的筛选工作也正在紧张的进行中，汉威公司将陆续对外公布已经大会顾问团确认的演讲人名单和议题，敬请关注。

完美世界

《完美国际》“无定宙”副本高级模式“生存”新玩法

《完美国际》最新推出“无定宙“副本高级模式，开创“生存”玩法，副本不限制于打怪击杀Boss，更加注重团队配合，将关卡任务融入于副本之中，给玩家带来独特的挑战体验。

随机路线 不同Boss守关

“无定宙”副本高级模式的闯关线路随机产生，三条线路的任务形式不同，由三大Boss分别守关。完成闯关任务后才能迎战终极Boss烛龙。在闯关的过程中，玩家因随机的路线不同，也许将面临炼丹、救人、变身、躲避等重重考验，更对后续的挑战充满期待。“无定宙”副本高级模式是一个有趣的探索过程，不同的闯关经历，需要逐一摸索。

“生存”玩法 险象环生 笑料不断

“无定宙”副本高级模式与其他副本不同，最大的挑战不再是对抗Boss，而是如何在与Boss对抗之前“生存”下来。在队伍遭遇火鳞怒蛟·敖阖时，玩家需要抵抗敖阖元神螭召唤使徒的攻击，并且全程保护NPC的安全，任务艰巨。若队伍遇到的是煌烈之舞·楼辰，便要与楼辰拼速度了。不仅要看准时机争分夺秒“炼丹”，还要及时进入草丛躲避危机，炼丹时更有小怪骚扰，需要全队配合保护，可谓险象环生。如果队伍面对的是虚空障壁·尺勾，团队默契与运气将是“生存”关键。队伍需要分成两组击杀队伍，以相对一致的速度杀怪，如果一方过快或过慢，都会导致全队灭团。在任务途中，玩家还可能化身土拨鼠，用扫把敲打小怪，甚至被Boss变成青蛙定在半空动弹不得，笑料不断。

任务完成换取宝箱

“无定宙”副本高级模式，以最终击杀烛龙为任务完成目标，烛龙死亡后，队长在NPC处交接任务，可获得“无定飞龙匣”，同时得到丰厚的经验、元神以及战功奖励。玩家开启“无定飞龙匣”将有几率获得“超杀”系统终极技能书或者高级仙丹，Boss烛龙也会随机掉落仙丹、反隐侦剂、高级石头等珍贵道具。丰厚可观的回报，追求力量的勇士不容错过。

全新登场 烛幽三君

“无定宙”副本高级模式中烛幽三君全新亮相。煌烈之舞-楼辰，手下五火七焰部众，雄霸一方。残暴嗜杀，每逢侵掠之行，必首当其冲，怨灵大陆的废墟焦土，大半是他所为。所居之处赤焰千里，为六君中的破坏之王，性情急躁，难以接近。与它对抗时务必靠近冰块，提高火防。

火鳞怒蛟-敖阖本来生为蛟龙相，为避烛龙之讳，经三蜕而成人形。精于奇术，幻化千万。为人城府深沉，绝少言语，常为烛龙出谋划策，但似乎留有自己的野心。敖阖将会有两个实体，必须在10秒内同时死亡才算战斗结束。

虚空障壁-尺勾深得烛龙的信任，是他一手制订了最终的计划。亲手杀死怨灵大陆大长老之子辉煌，并幻化成他模样。他将浸满毒液的骸骨掷于观时晷中，腐蚀“设利罗”使其灵力大幅降低从而达到无法滋生怨灵大陆万物的目的，背后的目的，是想重造怨灵大陆。击杀Boss尺勾要注意时间掌握，时间过长尺勾会驱除全队成员的状态，伤害相当大。



终极Boss烛龙 最后的挑战

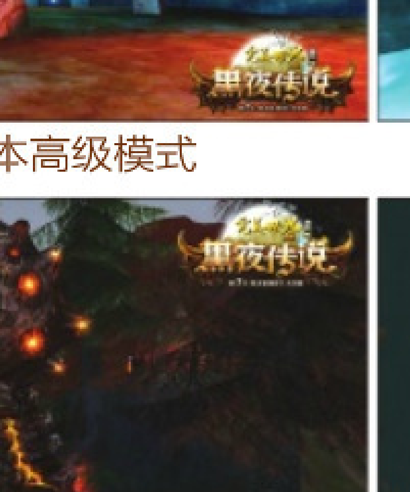
当击败守关的Boss之后，烛龙会在岛屿下方出现。作为最终Boss，烛龙会转移3次位置，玩家需要击杀4次，其中第二次和第四次需要先杀掉周围小怪才能消除烛龙的防御状态。在第三次击杀时，烛龙会召唤出烛幽六君前来助战，玩家需要小心提防。

《完美国际》“无定宙”副本高级模式重磅开启，副本狂潮再次席卷，独特的战斗方式，刺激多变的玩法，挑战玩家的“生存”极限，绝对让你大呼过瘾！更多精彩内容，敬请关注《完美国际》官方网站。P



“无定宙”副本高级模式

紧张的作战氛围





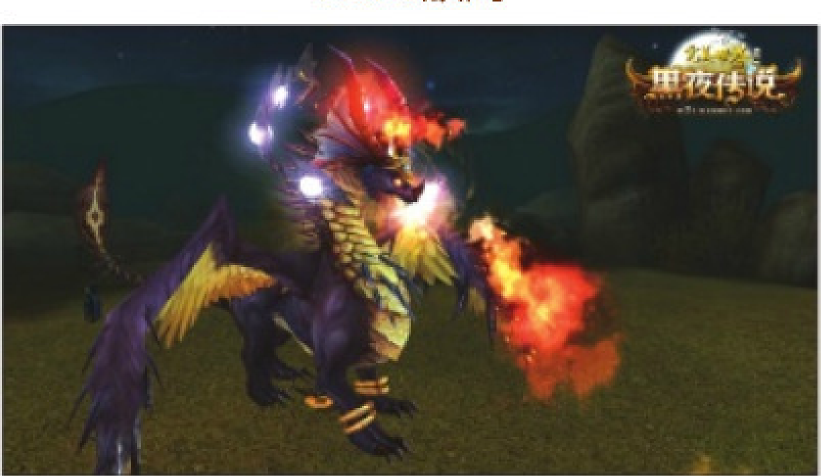
Boss楼辰



Boss敖阖



Boss尺勾



Boss烛龙

完美世界《梦幻诛仙2》琴师心得分享
一个可以玩的很逍遥的职业



《梦幻诛仙2》已经公测将近一个月的时间了，作为一个梦诛的忠实玩家来说，我算是相当的幸运。之所以说我幸运，是因为起初内测时，仅限100位玩家进入，我就是其中一份子，从而选定了我的职业：琴师。因为有了内测期间的摸索，到了公测后，我各方面的发展都能快其他玩家一步。而这段时间，我玩琴师也有一些心得体会，现在就以攻略的形式和大家分享一下。

首先作为一个剧情控，我先向大家介绍一下琴师的门派：灵音殿的背景资料，因为我认为灵音殿的门派背景非常具有奇幻色彩，灵音殿居于海底近千年，巨龙撞击大地之后，灵音殿终于浮出海面，却依然长年处于云雾笼罩之中，显得神秘异常。由于灵音殿老祖曾拜师青云、焚香和天音，却先后遭拒，所以灵音殿弟子与这些正派弟子的关系并不是太好，更有人曾在灵音殿弟子的胳膊上发现了一个奇特的印记，这个印记，彷佛代表着一种神秘势力。

琴师的武器是乐器，以“宫、商、角、征、羽”五音作为攻击敌人、保护自己的方式，以法术攻击为主，亦可救人于危难之间。看到这里，大家是不是感觉琴师是一个玉树临风、风情万种的帅气职业呢?

下面我介绍一下琴师的技能：

碧海潮生曲

同时攻击多个目标,能攻击的目标数在心法等级34/67/100/134时会增加一个。

广陵散

攻击单个目标，造成与法攻固定值相关的伤害

呕血谱琴音

制造一个卷轴，使用可为项链增加一定法术暴击，下线后效果消失

魔音破灵

法术攻击单个目标，有概率附带易伤效果，持续3回合；此技能重复使用效果可叠加。易伤：在此状态下受到的大部分伤害增加10%，最高可叠加至50%。

东海鲸波

使单体友方目标物理攻击提高；持续回合数会随心法等级提升。

大风歌

使单体友方目标法术攻击提高；持续回合数会随心法等级提升。

灵魂联结

对目标释放灵魂联结，持续一定回合，在此期间由乐师承担灵魂联结目标的全部伤害，有承担上限。随心法等级的提高，增加持续的回合数和承担的伤害上限。

长恨歌

对敌方目标使用，使其被动的同享其友方单位的一次伤害，每回合只能触发一次。持续回合数会随心法等级提升。

上面是对琴师技能的整体描述，能看到很多技能都有亮点，我认为琴师比较招牌的技能是灵魂联结和长恨歌，灵魂联结这个技能有效的分担了队伍中关键角色所受到的伤害，而长恨歌正好相反，能够帮助队伍中的输出角色同时攻击到对方比较有威胁的多个玩家。

总体来讲我认为琴师是一个非常逆天的辅助类职业，因为其职业技能的独有效果，让这个职业的玩法变幻莫测，可以试想在未来的PK中，肯定会有强力琴师职业的玩家在比赛中大放异彩。

琴师作为辅助还有一个比较厉害的地方在于能够帮助队友提高法术和物理伤害，这一点，是其他职业没法比的。

在实际的战斗中，我认为选择琴师职业的玩家更需要的是生存能力，所以我觉得琴师加点方式应当主要选择血和速度，我建议3血2敏或者2血3敏的加点方式，这样做能够保证玩家在生存得到保证的情况下，优先在战斗中出手。

玩家在选择装备上最好主要偏向防御力，衣服、帽子全砸防御魂，首饰全砸血量或速度魂，鞋自然不多说，肯定要速度魂，这样一身装备整下来，琴师绝对是又能抗，又能打，辅助全面的逆天职业。

结语

很多玩家可能会觉得像琴师这样的职业，没有绝对的输出，又没有强力加血，这样的职业很难有人组队练级，但我觉得这点担心有些多余，因为琴师本身的法术伤害和技能是相当出色的，所以绝对不会出现练级困难的问题。总之，琴师是初入《梦幻诛仙2》的你最佳选择职业。P


琴师是即可伤害又可辅助的职业

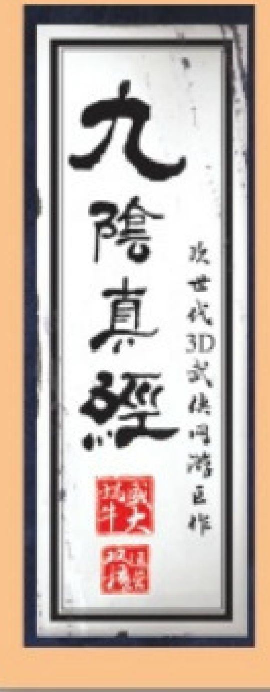

逆天职业琴师


巍峨诡静的灵音殿


琴音袅袅 人心浩浩

盛大网络《九阴真经》

浅谈《九阴真经》“新武侠”概念



由游戏蜗牛和盛大共同运营的《九阴真经》于6月6日开启开放性测试，在此之前，经过数次跳票，从2008年8月参展莱比锡开始，这款大作已经让我们期待了整整4年。而其“真武侠游戏”的旗号在这段时间内也只闻口号，不见其人，但随着它一次次的测试，这款神秘大作也逐渐展露于我们面前，回首中国游戏史，我们不难发现，《九阴真经》这朵“新花”正是诞生于传统土壤之上的蓓蕾，而并不是像某些新概念网游一般，为了盲目追求所谓“创新”而去构造一个空中楼阁，若要追溯其本源，恐怕我们就要从DOS时代的《金庸群侠传》说起了。

承金庸风骨，绘全新武林

虽然《金庸群侠传》是一款DOS时代的游戏，在中国电子游戏史上绝对能被称之为“老前辈”，但你会发现，在许多细节上，即便是放在今天来看也充满了新意。首先，它使用了最近相当流行的元素——架空，金庸笔下让不同的人物出现在了同一个舞台之上。这并不仅仅是简单的1+1=2的计算公式，而是将金庸作品中不同的世界观糅合在一起，将数十个“小武林”融合成一个“大武林”。这也就意味着，在这个世界中，将不再只有“东邪西毒南帝北丐”这么寥寥几个武林高手，同样也能拥有段誉、张无忌、石破天这样的绝顶高手，整个游戏也因此拥有了庞大的世界观。而《九阴真经》显然也继承了《金庸群侠传》的这一点，在保留金庸原作精华的同时，又揉入了自己的创新，让金庸粉觉得有一种“似曾相识”的感觉，而对于没有接触过金庸作品的玩家来说，又无需阅读相关作品，就能在历练过程中了解到整个游戏的故事，因此能够尽可能拉拢到最大数量的玩家。

武侠，并不仅仅是单一的

市面上以“武侠”为主题的网游可谓是多如牛毛，但真正意义上的“武侠”可谓是寥寥无几。在武侠文学作品中，武功中有内功、套路、暗器、轻功等多种不同系统的武学，而主人公既可以成为像郭靖这样的“为国为民侠之大者”，也可以像丁鹏一般一度遁入魔道。但在市面上许多武侠网游中，则忽略了武侠世界的多样性，而是不断推出雷同的技能以及人物养成路线，而《九阴真经》的出现就是要颠覆这一点。首先，它非常忠实地还原了武侠世界中武功的多技能养成模式，允许玩家能够通过学习不同的武学秘籍同样能够得以称霸江湖，从而让你可以选择不同的养成途径。除此之外，在游戏中，你选择不同的剧本开始游戏也将影响你未来的人物发展，是成为一代大侠抑或是遁入魔道，甚至是成为远离江湖的隐者，这一切都将由你自己决定，而你的武林也会因此而呈现出不同的色彩。

江湖之乐，无非自由

什么才是江湖？一百个人心中会有一百个不同的想法，而这也就证明了，人们对于江湖的概念首先就要是“自由”。而目前的武侠网游中，这恰恰是不具备的。如果一个玩家只能通过某个门派来学习战斗技能，只能通过单一的武功路数在PvP和PvE中发挥自己的作用，要和别的玩家一起，走同一条人物养成路线，那么你怎么能说自己是在一个自由的江湖中呢？因此，《九阴真经》在游戏设计之初就特别强调了“自由度”这个在目前许多网游中都看不到的元素。比如说它提出了“无等级”“无职业”这两大概念，实际上就是打破了等级和职业两大束缚，让玩家能够从旧有“伪武侠网游”中走出来，重现武侠文化原有味道。从这一点来说，《九阴真经》的出现，与其说是一种改革，不如说是一种回归。

纵观中国武侠游戏史，虽然在短暂的辉煌之后，就走上了一条彷徨之路，但中国游戏人从未因此停止自己的脚步。《九阴真经》的推出正是游戏人在网络这一新媒介上作出的新尝试，不论它的成绩如何，光是这种勇于尝试的精神，就值得我们肯定了。


太极剑舞


苍龙归海


角色打斗——封豕长蛇


轻功打斗——极中有极

搜狐畅游



《斗破苍穹》五种角度还原小说精髓

千呼万唤始出来！对于喜爱《斗破苍穹》的朋友来说，2012年5月16日是一个特别有意义的日子。这一天，由搜狐畅游研发的超人气玄幻网游——《斗破苍穹》拉开了首测大幕。

《斗破苍穹》首次限量封测，只放出了60%的内容供玩家体验。尽管游戏内容有限，但我还是从中体验到了原著小说蕴含的经典元素。无论是游戏画面、剧情、门派、技能，还是各种副本活动，都含有正宗的斗破韵味。

画面还原：玄幻的斗气大陆

天蚕土豆（斗破小说作者）笔下的斗气大陆，是一个玄幻而神奇的世界。在这片大陆上，藏着许多不可思议的奇迹、各种神秘莫测的生物、以及数不清的奇珍异宝。如今，通过《斗破苍穹》网游，我们将步入斗气大陆，获得最为直观的体验。

为了与土豆笔下玄幻的斗气世界相吻合，游戏采用了带有玄幻色彩的画面风格。天空中翱翔的飞龙、四周造型奇特的古建筑、头上标有“X星斗者（斗师、斗王、斗宗等）”称号的NPC，再搭配上轻微的暗黑风，一个真实的斗气世界便展现在你我面前。

另外，在视角效果上，游戏提供了2.5D与3D视角自由切换功能，以满足不同需求的玩家。

剧情还原：莫欺少年穷，“废柴”变天才

剧情方面，游戏沿用了“废柴变天才”的经典桥段。玩家扮演的角色原本是云岚宗的少宗主，却因为中了云棱的毒计，在决斗中被纳兰嫣然击败，实力从大斗师骤降为斗之气三段，沦为了人尽皆知的“废柴”，受尽奚落与讥讽。

随后，“废柴”被流放到了乌坦城，在那里结识了萧炎、熏儿、萧战等古道热肠之士。在熏儿等人的帮助下，“废柴”重新凝聚出斗气，并在极短的时间内晋级为斗者。从此，“废柴”踏上了遥远的复仇之路。

怎么样？是不是与萧炎的故事如出一辙？只不过故事的主角变成了玩家自己。

门派还原：来自原著的六大势力

萧门、星陨阁、梵炎谷、迦兰学院、毒宗、花宗，这些原著中脍炙人口的势力，在游戏里成为了玩家们的师门。

不仅仅是这六大门派，大到传说中的“一殿一塔二宗三谷四方阁”，小到青山镇的狼头佣兵团，原著中的各方势力都出现在了游戏里，静待玩家的挑战。

技能还原：异火与炼药同行

游戏中的各种技能都很好地保留了原著的精髓。就拿门派技能来说，梵炎谷在小说中以火为尊，所以游戏中的梵炎谷弟子最擅长火元素攻击；而毒宗是小医仙创建的宗派，使毒的本事一流，医人的本领也不低。门派技能如此安排，颇具小说特色。

此外，异火与炼药两大经典元素也在游戏中得以体现。玩家获得异火后，便可习得“天火三玄变”绝技。随着异火数量的增多与属性的提高，“天火三玄变”在战斗中的威力也会越来越强。

炼药方面，玩家30级后就能申请加入炼药师公会，炼制一些低级丹药。随着炼药实力的增加，玩家炼制出的丹药也越来越极品，最终带来修为、金钱、斗技等多重收获。

副本还原：重走萧炎修炼之路

游戏中的众多副本活动，也含有深深的小说印记。玩家们可以去传说中的天墓修炼，可以出手解决迦南学院内院之乱，可以帮助各大宗派抵御魂殿的侵袭，也可以替漠铁佣兵团收拾不知好歹的魔兽，还可以前往魔兽山脉探险……总之，在《斗破苍穹》网游中，你就是恐怖如斯的萧炎！

综述

游戏中的小说元素还有很多。譬如从从斗者、斗师、大斗师……到斗帝的新等级制度；又如翱翔于天空的必备道具“飞行羽翼”。

《斗破苍穹》网游就如同一场原滋原味的饕餮盛宴，等待着斗破迷们前来品尝。亲，你嘴馋了吗？



传说中的空间虫洞



测试斗之力的斗气石碑



身怀火焰之力的梵炎谷弟子



在远古天墓里修行

汉威信恒 全球顶尖游戏制作人云集CGDC

中国游戏开发者大会五周年照亮世界游戏未来

就像每一部经典的电影背后，都有像斯皮尔伯格、卡梅隆一样的大师一样，每一部经典游戏的诞生，也凝聚着顶尖游戏制作人的心血。但是与那些满是聚光灯跟随的电影导演不同的是，即使你对游戏制作人每一部作品都充满狂热，但是这些游戏的缔造者却鲜为人知。



这些幕后大师们虽然为玩家缔造着一个个经典的游戏世界，但是他们每年真正走出工作室面对聚光灯的机会却寥寥可数。近几年，随着中国游戏市场在全球游戏产业地位的迅速提升，越来越多的世界级、大师级游戏制作人也开始频繁来到中国，并在中国游戏开发者大会中悉数亮相，通过公开演讲，与中国的游戏制作人分享成功经验。

点燃游戏制作创意之光 CGDC成大师殿堂

2012年第五届中国游戏开发者大会(CGDC)即将于7月25日至27日在与上海新国际博览中心相邻的浦东嘉里大酒店召开。每年在此时都会有全球知名的游戏制作人专程访华参加CGDC，而在这全球最高级别的开发者交流大会中，曾有例如《魔兽世界》《暗黑破坏神》《天堂》《永恒之塔》和《传奇》等国内玩家耳熟能详的游戏制作人赴DC带来游戏制作成功经验，近期组委会更是宣布缔造了《洛克人》《鬼武者》《失落的星球》等经典作品的前CAPCOM当家制作人稻船敬二受邀成为CGDC主题演讲嘉宾。这也是自中国游戏开发者大会创办五届以来首位做主题演讲的日本著名游戏制作人。而按照多年主题演讲至少三名国际尖端游戏制作人且不重复的惯例，今年的CGDC舞台哪位嘉宾将受邀出席，结果令人甚为期待。

作为日本领袖级的制作人，稻船敬二曾在日本CAPCOM公司供职长达25年时间，经历了CAPCOM的全盛时期，并以CAPCOM当家制作人的身份缔造了《洛克人》《鬼武者》《失落的星球》等经典游戏作品，而在业界享有极高的威望。

1987年稻船敬二进入了当时正处于高速发展期的CAPCOM公司并参与了初代《街头霸王》的美术和插画设计工作，后来被配属到家用机游戏开发部门，在藤原得郎（代表作：《战场之狼》《魔界村》）的带领下负责开发FC平台的原创动作游戏《洛克人》。此后稻船将这部作品逐渐发扬光大，推出了《洛克人X》《洛克人DASH》等多个系列。



1997年，已经声名显赫的稻船参与到了CAPCOM的全力之作《生化危机2》，此后，稻船负责开发了PS平台原创新作《鬼武者》，时至今日，《鬼武者》系列已经拥有了全球累计800万套的惊人销量，成为了CAPCOM最为重要的品牌之一。而在连产多款大作的盛名之下，稻船敬二在日本游戏业界同样享有极高的威望。

稻船敬二主导和参与制作部分作品及销量：

"洛克人"系列	2900万
"生化危机２"	500万
"鬼武者"系列	800万
"丧尸围城"系列	520万
"失落的星球"系列	480万
"街头霸王Ⅳ"	310万
"生化危机４"	220万
"生化危机５"	580万
"怪物猎人"系列	2100万

中国游戏开发者大会分享游戏开发经验

除了稻船敬二，本届的大会还邀请了众多全球知名游戏研发大师参与讨论。作为由ChinaJoy组委会指导，汉威公司主办的针对游戏研发技术领域的重要技术性交流盛会中国游戏开发者大会（CGDC），旨在为促进国内外技术交流、鼓励中国原创游戏产品的大背景下应运而生，目前已经举办四届。CGDC按照其功能性划分为在线游戏专场（包括客户端游戏和网页游戏）、社交游戏技术峰会、移动终端技术峰会和





官，创始人和总裁。他一手缔造了CryENGINE引擎并且获得了多项殊荣。相关作品：《孤岛危机》系列。

Max Schaefer，Condor公司的联合创始人兼总裁，后公司被收购，成为暴雪北方分公司。历任《暗黑破坏神》《暗黑破坏神2》和《暗黑破坏神2：毁灭之王》资料片的高级策划与项目负责人。Flagship Studios的共同创始人，COO兼Mythos项目的高级制片人。Runic Games公司的创始人兼CEO，火炬之光PC和XBLA版本的开发者。

TomCadwell，十年从业经验的游戏设计师，参与过《英雄联盟》《魔兽世界》《魔兽争霸3：冰封王座》《战争阴影》和《黑暗王朝2》。他目前担任RiotGames英雄联盟的设计总监。

相对于国外嘉宾而言，国内演讲嘉宾更是众星云集，如腾讯、盛大、金山、九城等游戏公司均会委派专人参加。通过国内外各知名游戏机构、专家、制作人等全球游戏精英，针对游戏策划、制作、开发等诸多技术环节展开演讲和讨论，以游戏技术研发探讨与交流为导向，以促进国内外游戏开发领域的技术交流与合作为宗旨，交流经验、分享最新技术成果、探讨未来技术发展趋势，为所有产业人士和希望深入了解中国游戏开发情况的海外公司提供最佳技术交流平台。

未来游戏技术峰会。大会每年会期为三天，每年邀请发表技术讲座和最新技术经验分享的全球顶级游戏技术领域的专家逾百人，到会听众2000人以上，分别是国内外各个游戏企业的中高端技术人士。CGDC根据国内技术交流的实际需要囊括了当今游戏行业各个领域，涉及大型在线游戏开发、手机游戏、社交游戏、网页游戏、未来游戏技术发展等。其中涉及游戏制作技术环节包括：策划、美术、程序、运营、音效、管理、安全、测试八大类。

在每年的中国游戏开发者大会上，都会有很多走在时代前沿的新话题、新思想和新论点在CGDC大会中所提出。伴随着时间的发展，大多具有建设性的设想都已得到了实践的证明。而大会中所邀请到的资深国际大师将成功经验分享给所有到会听众，使得CGDC在国际同类型大会上同样享有盛誉。

近年CGDC部分演讲嘉宾及相关介绍

宋在京，韩国网游第一制作人，主导研发了韩国国民级网游《天堂》等多款知名产品，独立创办XLGAMES公司，并领衔研发全球首款第三代网游《上古世纪》。

CevatYerli，互动游戏界世界知名的领先独立开发团队Crytek的首席执行

加增强了会议内容的含金量。在经历了最初单一模仿的发展阶段后，游戏企业不断加大内容和题材的创新，游戏从小到大，由重数量到重质量，从内容到形式，以及经营模式不断地推陈出新，发展层次不断提高。拥有自主知识产权的原创游戏有力地推动了我国游戏产业的发展。我国网络游戏企业研发的原创网络游戏已经连续多年占据中国网络游戏市场的主导地位，一举扭转了产业发展初期进口网络游戏一枝独秀的局面。







推动游戏开发 CGDC照亮世界游戏未来

伴随着中国游戏行业发展变化，在第五届CGDC会议结构上将加大网页游戏、移动游戏和社交游戏研发论坛的内容比重，这一改动在前瞻游戏行业发展趋势同时，更

在大会五周年之际，作为亚洲最具影响力的游戏开发者交流讨论、分享智慧的平台，CGDC将秉承唯学术交流至上的理念，继续推动中国游戏产业的发展，提升国内游戏的品质高度，同时我们欢迎来自国内外游戏开发者的积极参与和广大企业的大力支持。2012年CGDC已经得到了来自微软、INTEL、AMD、nVidia、Autodesk、Adobe、EPIC、Crytek、Unity3D、Bigworld等国际知名技术型企业的鼎力支持。目前大会组委会已经接到大量来自全球范围内的各大游戏研发商推荐的知名游戏制作人到会参与演讲的申请，演讲人和论文的筛选工作也正在紧张的进行中，汉威公司将陆续对外公布已经大会顾问团确认的演讲人名单和议题，敬请关注。

汇众教育



教育专家帮你支招 2012年给力先锋职业"动漫设

高考成绩一般，考不上大学，怎么办？
考上大学，没有好专业怎么办？
勉强上一所院校，将来毕业找不到工作怎么办？

21世纪什么最贵——稀缺人才

当今社会，传统行业人才饱和，然而被称为21世纪黄金产业的影视动漫行业，却遭遇企业抢人抢不到的状况，由此影视动漫行业薪水也逆势走强。

目前，各大影视动漫公司重金聘请动画、影视、游戏设计人才，使得人们看到了动漫人才需求继续升温、就业形势大好的势头。行业发展迅猛、专业人才匮乏，让动漫专业成为了考生及家长的最佳选择。

进军动漫行业 成就完美人生

汇众教育上海虹口（动漫）学院张凡（化名）对记者说到："我热衷3D动画制作，一直希望朝着动漫行业发展，做一名专业动漫人士。这个想法在读中学时就开始鞭策我前进，没有目标，就等于没有生存的动力，我也一直朝着这个信念努力着。高中毕业后，被一所动漫综合性人才培训机构——上海虹口（动漫）学院吸引，后来整个人也逐渐从不能上大学的悲伤、失落以及自卑的阴影中走了出来。爸妈也觉得不错，于是我满怀信心，7月我便报名上课了，动漫类技能学习之路就这样开始踏上漫漫征途了。通过在学习过程中不断的与学校提供的项目实训公司磨合，自己慢慢具备3D动画师职业标准了。学校很注重实践能力的培养，让我在学校读书期间就接触商业项目，还可以赚一些兼职的项目奖金，让我有目的、有计划、有针对性的学习，不再像以前那种传统的教育方式让人感觉迷茫。现在我已经工作了，在一家上市公司上海淘米网络科技有限公司做儿童动画游戏，很喜欢这里的氛围，非常感谢我的专业老师张鹏老师。"据了解，学院已有数百名毕业学员成功进入盛大、巨人、炫动卡通、电视台等知名动画游戏公司工作。

技能+学历=好工作

技能与学历"两条腿"走路已经成为企业的招聘要求。有技能无学历，不行；有学历无技能，更不行。高考生选择技能+学历，提前3年进入高薪行列，两年多的时间就可做到"学历、技能两手抓"。这样既学到技术，又获得学历，又提前3年积累工作经验，降低了学习成本，降低了学习风险，缩短了职业成功的时间。

岗位实训零基础培养动漫人才

日前，汇众教育上海虹口(动漫)学院与上海动酷数码科技有限公司、上海灵禅信息科技有限公司等近百家名企达成长期战略合作协议，为企业培养专业动漫人才。为迎合数字娱乐人才市场的巨大需求， 现面向社会招收定向培训生50名，零起点培训，入学即签《就业推荐协议》，毕业考核合格直赴企业工作。

上海虹口动漫学院领先优势

1.雄厚的行业背景：中国较早的数字影视教育学校之一，八年教学经验；

2.坚实的产学研基础：集产业、教学、研发为一体，打造国内出色的动画人才；

3.鲜明的课程设置：课程每12个月全面更新一次，确保学到最新知识；

4.强大的师资力量：国际知名动漫专家担当技术顾问，高级动画讲师师亲自授课；

5.先进的教学方法：作品驱动式案例教学法与三步教学法，确保学习不再枯燥；

6.商业项目实习： 团队制作商业项目，相当于一年工作经验，为学员就业增添砝码；

7.权威的多方认证：中国数字娱乐职业教育领先品牌；

8.完善的教学管理：学院专设教学质量管理部，让学员安全生活、安心学习；

9.良好的学习环境：清新舒适，具有动漫气息，自由创新，尽展青春风采。

招生计划：国内计划招生50人。

招生对象：应届和往届高中、中专、职高毕业生及同等以上学历者。希望进入动漫、影视、游戏行业的爱好者。

报名时间：即日起至2012年7月31日

网址：http://sha.gamfe.com

2010 回响中国 腾讯网教育年度总评榜
授予 汇众教育
十大最具品牌价值CG培训机构
主办：腾讯网
协办：中国教育电视台 CCTV中学生 中国教育新闻网
二〇一〇年十二月十五日

2010年12月15日，在"回响中国"腾讯教育年度盛典中荣获"2010十大最具品牌价值CG培训机构"年度大奖



学员活动大合影



学员作品

汇众教育



高中生成就10万年薪，靠“特长+学历+行业”
汇众教育、河南工贸学院“学历+技能名企就业班”

2010届“学历+技能名企就业班”G01-G04班学员全部本专业对口就业，就业率100%，这是汇众教育郑州校区传来的又一个就业喜讯！

据2008-2011年就业数据显示：郑州校区毕业生平均薪资高于应届大学生。7%的学员月收入10000元以上，51%的学员月收入5000元以上，24%的学员月收入3000~5000元，18%的刚入职不久的学员月收入也达到了1800~3000元。随着工作经验的增加，上升空间还非常大。学员的高薪比例的逐年增加与该行业对专业人才紧缺是分不开的，物以稀为贵。现在，校区每个月都接到多个公司的用人需求订单，学员的就业完全没有问题！

大家不仅会问：这些曾高考分数不到300分的学子为何一次次在就业的“高考”面前战胜一流大学的毕业生？

行业决定未来，选择决定成功

俗话说：男怕入错行、女怕嫁错郎！选择一个朝阳行业为职业，你不必担忧发展的前途，反之，选错行业，让你中途改换门庭，浪费许多宝贵时光！近些年，动漫游戏行业备受政府高度重视和大力扶持，人才奇缺已经成为行业发展的最大瓶颈！中华英才、前程无忧等国内大型招聘网站持续这样的现象：平均每月发布的动漫游戏人才招聘信息接近2000个，但应聘者数量始终保持紧缺状态。游戏开发工程师、游戏策划、3D动画设计师等中高级人才最为抢手，起薪4000元也是一才难求！

曾经高考失利的学生如何能够超越本科生？过去，企业招聘看中的是文凭的高低和学校的知名度，而现在的企业更看中学员的能力，文凭不代表能力，低学历不代表低能力。作为学历较低的群体，只有将自己的特长发挥淋漓尽致，选择有发展潜力、人才紧缺的专业，才能弥补自己的短板，也必将超越高于自己文凭的学员，这是最正确的选择！

专业针对行业，课程针对企业

2010年，郑州汇众联合河南工业贸易职业学院推出“学历+技能”的办学模式，学生免试入学，将河南工业贸易职业学院优越的硬件环境、正规的大专学历教育课程和汇众教育领先的就业课程优势互补，强强联合！联手奉献“学历+技能+就业”的优势专业！

河南工贸学院是河南省公办的大专院校，校区环境优美，学习氛围浓厚！汇众教育是国内领先的数字教育集团，8年来共培养了3万多名动漫游戏专业人才，70%的动漫游戏企业里都有汇众的莘莘学子。汇众教育8年倾心研发的课程，大量引用了国内数千家名企的商业案例，内容翔实、技术实用、通俗易懂、图文并茂，是学员掌握现代游戏动漫技术的学习宝典！

名企来的“名师”，大学中的“校园”

“没有学不会的学生，只有教不好的老师”是校区奉行的理念，我们的学员不同于传统意义上的大专院校只重视文凭获得，我们的培养目标必须做到两个确保：一是确保成功就业，二是确保获得文凭。因此，我们的教师都是从国内一流名企出色的工程师中选拔、培养出来的，确保学员学以致用，学有所用！

校园环境是学员学习生活的重要保障，汇众教育“学历+技能”班特别选择大学校园中的图书信息楼作为学习的场所，独立区域、A级写字楼装修标准、25人的小班教学、人手一台高端电脑，学员置身于现代化、宽敞明亮的实训室中，神清气爽、心旷神怡，学习效率大大增强！

网址：http://zz.gamfe.com



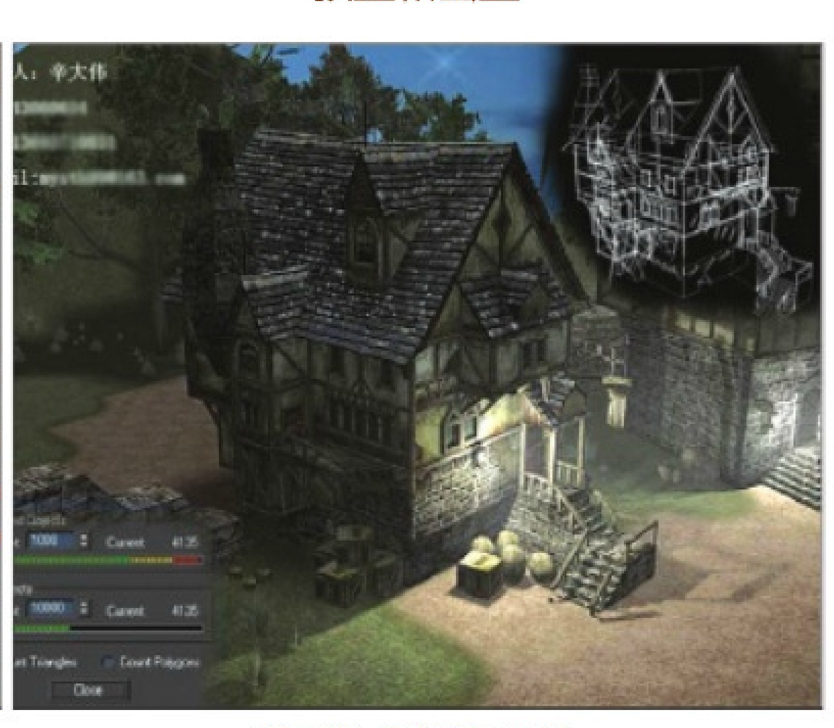
学员作品



教室和画室



学员作品刺客信条男主角



学员作品场景建模

头牌新闻

畅游召开次世代新品发布会 公布5大新游详情

■本刊记者 Suki

5月10日，“畅游次世代计划：GAME+”发布会在北京举行。畅游在会上详细介绍了自己的“次世代计划”。这一计划是畅游提出的次世代游戏产品线，包含畅游旗下所有不同类型的次世代游戏。“GAME+”所代表是更优质、更强化、更多元的次世代游戏理念。该计划的游戏全部使用次世代引擎开发，本着“技术只是工具，创意才是核心”的制作理念，致力于为玩家提供更好画面和更新的玩法。畅游同时在会上公布了本次计划的5部游戏。3D动作网游“代号K”正式命名为《蛮荒搜神记》。不读秒的次世代回合制网游《桃园》将在5月24日开启公测。此外，遗迹探险题材游戏《MAZE》，中国风的魔幻RPG网游“代号X7”，冷热兵器射击类游戏《RHO》均公布了大量图文与视听资料。



畅游次世代计划LOGO

在会上，畅游总裁兼首席运营官陈德文表示，游戏的内容创意是最吸引玩家的要素，庞大的世界场景，多人在线互动的社交系统，创新的游戏玩法都是次世代网游的魅力所在。这是传统游戏无法比拟的，同时也意味着未来的网游产品将朝着更优质、更强化、更多元的次世代方向发展。而游戏画质的提升，游戏内容更多的创意不仅需要开发商的努力付出，同时也需要引擎商、硬件厂商给与足够的支持，大家是相辅相成，相互促进的利益关系。

晶合新作

《轩辕剑六》场景设计参照图曝光

5月份，“轩辕剑之父”蔡明宏在其微博上发布了《轩辕剑六》的杂货铺场景设计图。蔡明宏表示，《轩辕剑六》的场景设计不是设计人员随便想想然后画出来就可以，几乎所有的场景及物品都要根据各种历史资料高度仿真还原成型。并且，在制作完图像的基础上，还需要把这些内容告知3D建模人员参考进行建模工作。



冯绍峰出席《梦幻诛仙2》MV发布会

5月15日，在北京洲际酒店宴会厅举行了“《梦幻诛仙2》MV首发暨公测预告发布会”。MV主演冯绍峰，导演伟然，特效造型化妆师肖进，美术指导邸琨等剧组成员出席了此次发布会。《梦幻诛仙2》是由《梦幻诛仙》原班人马联合完美世界多国引擎技术攻关组共同合作开发的，基于EPARCH HD引擎的2D回合制游戏。《梦幻诛仙2》首次提出“一端两游”平行空间的游戏概念，同一客户端支持两种不同的游戏体验，在2D回合制游戏中还属首创。在本次发布会上，完美世界正式宣布游戏的公测时间为5月18日。



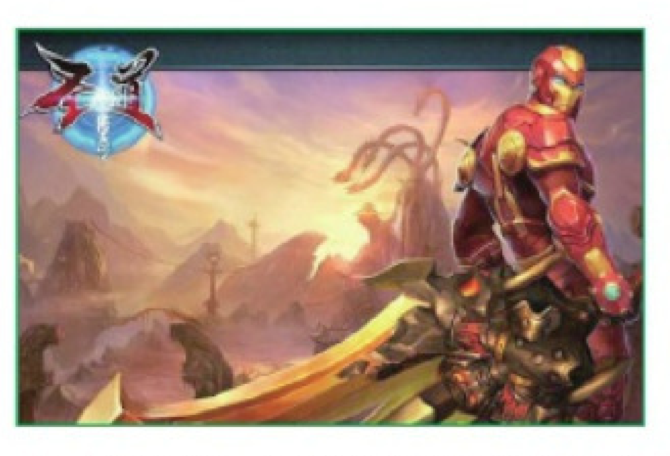
《梦幻诛仙2》通过PWFE战略与国际接轨

《暗黑破坏神Ⅲ》除中国大陆外全球正式发售

5月15日，暴雪娱乐正式宣布其动作角色扮演游戏系列续作“暗黑3”正式在美国、加拿大、欧洲、韩国、东南亚、澳大利亚、新西兰以及中国台湾、香港、澳门地区的各大零售店上市出售。除以上地区外，包括墨西哥、智利以及巴西的全球玩家现在也可以登录暴雪战网购买“暗黑3”数字版。“暗黑3”不仅已在全球范围内创下超过200万份的暴雪游戏预购记录，在发售当天，遍布世界各地的零售点还举办了超过8000场的午夜发布会活动。不过中国大陆的玩家还需要继续等待，网易方面回应称“正在准备中”，目前尚无确定的日程公布。

《圣道传奇》5月开测

《圣道传奇》是金山公司于今年推出的游戏新作。它一改金山传统的武侠风格，创造了一个融合玄幻与穿越的世界观。游戏在设计上尝试将古代、现代、未来三个时空交错在一起，融合了动漫英雄附体、宠物系统、3D锁视角系统以及独创的暗恋系统，受到以90后为首的主流群体的广泛关注。另外游戏迷你客户端不到10M大小，更易于传播普及。



晶合热点

2012 Unity开发者大会北京站成功举行

4月底，多平台引擎开发商Unity在北京国家会议中心举办2012 Unity开发者大会，为800余位游戏开发者带来了核心技术解析以及开发经验分享，并宣布在上海成立分公司。Unity游戏引擎深受中国游戏软件商的青睐，其上海分公司的成立，标志着Unity正式登陆中国市场。此后Unity将与China Cache、奇虎360等多家中国公司建立合作伙伴关系，推广Unity Web Player，在此基础之上推出众多网页游戏。



2012 Unity开发者大会现场

《永恒之塔》启动飞升计划免费送55级角色

《永恒之塔》等级飞升计划第二季于5月份启动。凡《永恒之塔》游戏玩家在账号中拥有一个40级以上的角色，即可免费申请参加本次等级飞升计划，免费领取55级高级角色。《永恒之塔》等级飞升计划还为每一个等级飞升的角色都准备了一套55级的神庙教官系列套装，另外还有种类齐全的飞升大礼包相赠。除此之外，所有飞升角色可入驻《永恒之塔》全新开启的两大飞升专区。全民55级，在同一起跑线上体现游戏环境的公平。



《三国杀》“王者之战”全国大赛开赛

2012年《三国杀》“王者之战”在全国范围正式拉开了帷幕。这项比赛是中国目前规模最大的线上线下一体化综合桌游赛事。大赛组委会表示，本届大赛设立奖金总额将超过100万元人民币，已超过众多国内高端体育赛事的奖金数目，并刷新了往届《三国杀》“王者之战”比赛奖金的历史纪录。其中的一半奖金会分配到全国城市海选赛当中，而今年设定的总决赛冠军大奖奖金高达20万元人民币，此举将极大提高全国玩家参与桌游竞技的热情与积极性。



《星际争霸Ⅱ》正式成为KeSPA项目

5月初，韩国KeSPA与暴雪的谈判终于尘埃落定，在KeSPA公布的SPL新赛季之中，玩家们将看到“星际1”与“星际2”同台竞技。SPL新赛季从5月20日开始，时间为周六、周日的上午11点，以及周一和周二的下午两点。比赛的第一局到第三局为“星际1”的赛事，第四局到第六局为“星际2”的赛事。如果前六局打平，则追加第七局的ACE争夺战。ACE战的比赛项目为“星际2”。

日本社交游戏加强自律限制青少年游戏消费

由日本6家社交游戏公司组成的网络社区游戏联络协议会在5月举行了第一次会议。会议决定，为引导青少年正视社交游戏、网页游戏等网络游戏，将对18岁以下青少年的网游消费做出限制。6家公司一致同意采取主动措施，规定18岁以下青少年每月网游消费额不得超过1万日元（折合人民币约788元），约为日本人平均月薪的1/35。

DotA商标之争落幕 暴雪DotA已被迫更名

据报道，持续数月的DotA商标之争目前已落下帷幕，Valve和暴雪方面就DotA商标的使用达成一致意见：Valve将继续在商业宣传活动中使用DotA的名字，新作DotA2不会受到任何影响。而暴雪仅能在由玩家制作的《魔兽争霸Ⅲ》和《星际争霸Ⅱ》MOD作品中使用DotA的名字。这也使得暴雪之前公开的官方作品“暴雪DotA”（Blizzard DotA）将被迫更名为“暴雪全明星”（Blizzard All-Stars）。

辽宁高校电子竞技联赛正式开赛

由沈阳市高校电子竞技联盟、大连市高校电子竞技联盟联合策划举办的“中街大悦城”辽宁高校电子竞技联赛第一赛季赛事于5月正式开赛。本次赛事得到了沈阳中街大悦城、曜越Tt eSPORTS、VS对战平台的鼎力支持。赛事覆盖了沈阳、大连地区总计25所高校，比赛项目为DotA，赛事奖金、奖品共计逾万元。



晶合快评

那群愤怒的武将们

■晶合实验室 Joker

谁没有一个少年英雄梦呢，我曾无数次地幻想自己雄姿英发，羽扇纶巾，谈笑间樯橹灰飞烟灭！这是多么潇洒，多么牛X的生活！平淡的生活下，我总幻想着能来点刺激的，就像老电影《甲方乙方》中那个向往着成为巴顿将军挥斥方遒的死胖子。电影中的美梦一日游固然无法复制，但是我们还是可以找到另外的方式来完成自己的军事家梦想，光荣就在一代又一代的给我运送着冲击梦想的平台，现实中无法挥师中原，那不妨去游戏中运筹帷幄。

没错，最近人人都在说三国，夸的有，骂的多，总之好像这个游戏没有达到大多数玩家心中的期许，不过游戏的许多尝试倒是很合Joker胃口，先不要急着骂，静静地玩一玩你会发现这一代其实有很多想法，只不过没有做到极致的好而已，最直观的印象就是这一代的废物武将们终于扬眉吐气，不再是只能在后期充人数占城池可有可无的人，内政系统的改变真正让你知道了“最贵的就是人才”的道理。

随时等待开玩笑与被开玩笑的Joker

不过Joker想在这里同大家说的是这一代的美工。在一片惊涛骇浪中，光荣唯一没有被喷的就是这一代的人物半身像设定。重新绘制的人物半身像不说各个精美绝伦，但其中出彩的绘制却着实不少。其中南蛮系与黄巾系的一票武将尤为喜感，南蛮众的惊艳造型十分具有后现代气息，其中以金环三结的施瓦辛格造型和带来洞主的印度吹蛇三哥造型最为抢眼。其次，一票被邪教毒害的黄巾军武将也是各有各的喜感。

就算你没玩过游戏，光是看光荣每日更新的武将信息也可以发现，这一代的武将要么阴郁，要么愤怒，无不是在指着对方鼻子骂娘的状态之中，这就更为喜感了。就连以往憨厚微笑的张三爷这一代同样恢复成了书中描写的那种肌肉猛男，须发皆张的造型，对比11代的造型，三爷显然在怒骂：“八颗牙完美微笑你妹啊！”

但是比起武将们的愤怒，各个势力的君主们倒是都一个个喜笑颜开，这到底是为什么呢？联系到本作的工资系统，Joker不禁欢乐地想到，一定是这些君主不给手下们发工资，于是他们都怒了……

当然这些只是玩笑，我们也无从知晓光荣的画师们为何给我们设计了如此愤怒的一代武将，也许是他们早已料到了本作会受到如此大的争议，索性画些愤怒的武将供玩家扮演来宣泄对光荣的不满。还是这是由于这些苦逼的半身像极大地增加了画师们的工作量，这些武将的愤怒其实就是这些画师的愤怒？

如果原因是前者，那么这些画师就显然有了诸葛丞相那前知五百载，后晓五百年的本事；如果原因是后者，那就是光荣的工资待遇没有跟上喽！

《三国志12》到底是一款好游戏还是一款烂至渣的垃圾作品？每个人都有每个人自己的看法，正所谓萝卜白菜各有所爱，但是请保持一个平常心，不要让自己真的成为了游戏中的那些愤怒的武将，毕竟，游戏是要带给我们快乐的，不是么？



田丰：工资你到底发是不发　　袁绍：别急，牛奶会有的！面包也是会有的！　　沮授：你拖欠工资，老子要上访！

漫画作者：落琪

暴雪欲来风满楼
——“暗黑3”上市面面观

■策划 本刊编辑部
执笔 一丝blue HTJ 沈忱 pantheist





导语

随着《暗黑破坏神Ⅲ》（以下简称“暗黑3”）于5月15日在全球各地的发售，有关这款游戏的讨论便开始充斥于各类相关媒体的头版头条。由于它介于单机与网游之间的特殊性，无论是单机论坛还是网游厂商都对这部作品投以十二万分的关注，开发商意欲钻研“暗黑3”精妙的游戏系统，运营商高度关注“暗黑3”全新的运营模式，而玩家则带着怀旧与尝新的复杂心情期待着早日亲手玩上游戏。从实际游戏的内容到鸡毛蒜皮的游戏八卦，海量的信息汹涌而来，无数的讨论不绝于耳，无论是“暗黑”系列忠实的粉丝还是初识“暗黑”的全新玩家，甚至不屑于“暗黑”系列的传统美式RPG拥护者们都不厌其烦地持续讨论着有关这款游戏的一切。对于“暗黑3”的关注已经脱离了ARPG玩家群体的范畴，超越了单机与网游的界线，而成为了一个全体游戏玩家共同的话题。面对如此的景象，我们不得不承认暴雪的游戏对中国游戏圈根深蒂固的影响，这种影响已经不仅仅存在于老玩家回忆里，而已经深植于中国游戏的血脉之中，所以每当暴雪欲来之时，整个祖国大陆的游戏圈便都会满城风雨。那么这一次的“暗黑3”到底会给中国的游戏圈带来什么样的影响呢？“暗黑3”的游戏内容会再度成为后来者竞相模仿的标杆吗？“暗黑3”全新的运营模式会给未来的单机乃至网络游戏带来本质的变革吗？“暗黑3”在祖国大陆的运营会成就新一代的经典吗？暴雪对中国游戏圈的影响力又是否正在急速消退呢？

虽然时间的流逝最终都会将这些答案一一揭晓，但是人们总是乐意去追逐时间的步伐，希望比命运之神早一步看到事物最后的结局。所以不妨让我们借本次专题这个小小的平台，来共同探讨一番以上的这些话题，看一看当我们打开“暗黑3”这个潘多拉魔盒之时，里面藏的到底是单机游戏最后的希望，还是网络游戏未来的方向。

编者按：首先让我们在此引用一段国内某著名网游公司的开发人员在初玩“暗黑3”之后所写下的真实感受。通过这些平易的文字，我们或许能从中一窥“暗黑3”的魅力所在，并看到祖国的游戏开发人员在面对“暗黑3”时那复杂而纠结的心情。

一个普通玩家对“暗黑3”初玩感受

■上海 HTJ

买回“暗黑3”小玩了三天，虽然没有很震撼的3D游戏画面，但感觉风格非常细腻。游戏方式非常灵活，难度可大可小适合各种类型的玩家。让人意想不到的是我几个朋友的老婆们居然也迷上了这个游戏，其中有一个是我觉得打死也不会碰游戏的人，结果她们都购买了账号并玩得不亦乐乎。


狩魔猎人（Demon Hunter）

刚开始不知道选哪个种族好，于是选了狩魔猎人（Demon Hunter），因为外形比较帅气。结果玩着玩着发现这是一个高攻的脆皮种族，越到后期越耗操作。需要不停闪避敌人的攻击，设陷阱，减速敌人，并找间隙反击。这让经常玩DotA的我很兴奋。另外，游戏还可以和朋友一起组队玩，边聊天边娱乐。

总体上，我觉得这款游戏物超所值，就是有时候掉线卡在游戏上无法退出让人很是郁闷，希望在未来能有所改善（作者游戏服务器为美服——编者注）。


由腾讯开发的《斗战神》

人说“暴雪出品，必属精品”。有了这个旗号，“暗黑3”以单机游戏网络化的形式出现，加上全球化的口碑相传，在未来的很长一段时间内网络游戏玩家都会被拉入暴雪的战网，去感受故事情节，体验爽快的打击，刷极品装备。作为游戏开发者的我们不得不反思，最初的时候玩家玩这类ARPG游戏的感觉不就是这样吗？这不就是玩家想要玩的游戏吗？

由于自己的工作是做网络游戏开发的，回想到当年“暗黑2”这款单机游戏，很多的游戏系统最后都被搬到了网游上，业界都把“暗黑”系列奉为经典。当去年暴雪陆续公布“暗黑3”的截图、视频和试玩时，国内外的众多厂商也竞相推出了暗黑风的单机和网络游戏，单机如《火炬之光》，网游如《流放之路》《魔界2》《神鬼世界》《斗战神》《火炬之光OL》《天堂·永恒》。

如今国内网游业更趋向于理性，各家公司都在进行调整之中，各大网游厂商面对产品，无论是研发还是代理，都有了两个显著特点：一是“次世代”计划，二是更注重游戏美术和策划的品质。各公司都在尽力布局自己的精品产品。两三年前那种捞一票走人的项目将不再有机会，“暗黑3”的降临或多或少会被众多网游开发商所借鉴。可以预见的是，在不久的将来，我们将能够在许多同类游戏中发现“暗黑3”的影子。



ARPG：“暗黑”的成功何以复制

如果我们只以销量与普及程度来衡量一款游戏的成功与否，那么“暗黑”系列在当年的美式RPG领域中无疑是非常成功的。可以说正是“暗黑”的问世大大地拓宽了传统RPG的玩家群体，引领了一个ARPG的全新时代，而此后上市的“暗黑2”让暴雪百尺竿头更进一步，一举奠定了游戏的历史地位，不但让无数同类单机游戏如雨后春笋般涌现出来，也对此后的诸多网络游戏产生了深远的影响。当然在同时也致使传统的RPG玩家群体产生了历史上最为严重的分裂，以至于时至今日也依然有传统RPG拥护者视“暗黑”为异端，认为是“暗黑”篡改了RPG游戏的本质与内涵，让RPG游戏步入了“快餐化”的时代。事实上，“暗黑”游戏的设计理念在促使其取得巨大成功的同时，势必造成这样的分歧。引用国外一句对“暗黑”的经典评价，那就是“易于上手，难于精通（Easy to learn，hard to master）”。这句言简意赅的评语可说是一语道破“暗黑”系列成功的秘诀，在这里与其说“暗黑”是一款ARPG，不如说它是一款“Hack & Slash（劈与砍）”游戏更为贴切，“暗黑”游戏的核心体验就在于杀怪与收集装备的无限乐趣。这也是当年不懂英文的我们即使拿到英文版游戏依然能够玩得津津有味的原因所在。试想如果《博德之门》或者《上古卷轴》是全英文的话，我们可能连接下来该干什么都会一头雾水，遑论跨越语言障碍去享受游戏的乐趣了。在这层意义上，“暗黑”简直就像是美式RPG里的“无双游戏”一样，当大家都在繁文缛节的游戏系统上精雕细琢的时候，它一锤打破了所有这些传统的桎梏，打出了一片全新的天地。

“暗黑”当年的成功是风云际会的时势造英雄，是由当时的游戏环境与玩家群体所决定的，甚至还有那么一点运气的成

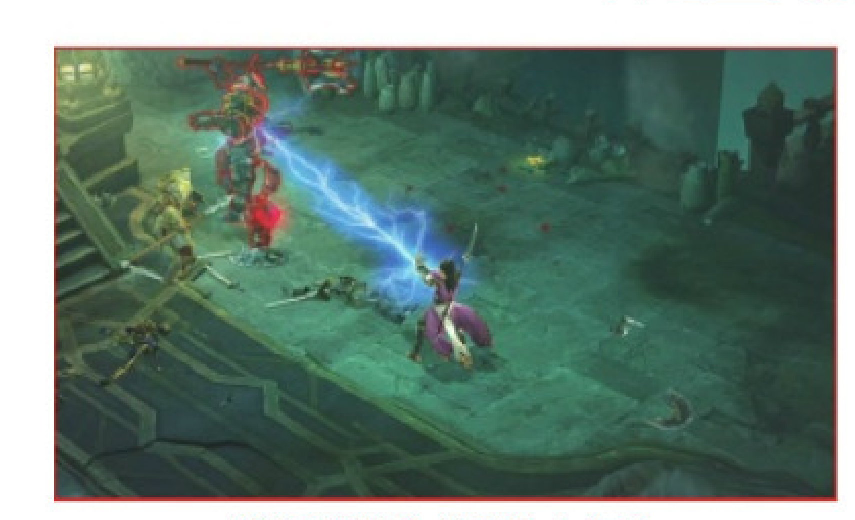
分。新生的暴雪在当时也拥有无与伦比的闯劲，敢于走在时代的前列。而“暗黑”在中国的名声鹊起则更是多方因素综合作用之下的结果了，以至于“暗黑2”与《传奇》这两款于同年同月（2000年6月“暗黑2”发售，《传奇》韩服封测）公开的游戏注定要在中国大陆一决雌雄。可事实上对于《传奇》这款等于是“修复了战网Bug的类暗黑1”游戏而言，与其说它和“暗黑2”进行的是一场网游与单机的战争，不如说那是一场“暗黑1”与“暗黑2”自家的内斗更为贴切。最终，《传奇》在商业上的成功是无可争议的，而“暗黑2”在中国玩家之间的口碑也是有目共睹的。



“暗黑”三部曲

如今12年过去，“暗黑”系列已经走到第3代，暴雪的企业规模也早已今非昔比，绝不至于再沦落到外包工作室来做“暗黑1”资料片那种地步了。可那些曾经的经典与往昔的荣耀却正在成为暴雪自己肩上的负担，让暴雪这位巨人也不得不变得小心谨慎起来。“星际2”称得上是一款优秀的游戏，但在没有直接竞争对手的情况下，它在世界范围内的影响力也远不及前作。“暗黑3”如今面临的情况也是如此。在中国大陆由于无法同步发售的问题，导致“暗黑3”那“易于上手”的先天优势根本无法发挥。因为光是要玩上游戏就得让玩家在支付高额费用的同时还得忍受跨服跨区游戏的种种不便。无数山寨网游已经为轻度玩家准备好了一条龙的游戏服务，“难于精通”的确是许多粗制滥造的山寨网游所无法做到的，但“易于上手”却早已经成为如今网络游戏的“标配”——自动寻路、自动任务、自动打怪、自动补血……可以说除了自动从我们的银行卡里扣钱之外，祖国的山寨网游几乎已经实现全自动服务了，而且这样的游戏还不止一个两个。无数的游戏摆在我们面前任由我们选择，我们每个人都拥有充裕的选择余地，虽然这些游戏的综合素质并没有“暗黑3”那么高，但若不是亲自进入游戏试一试，谁又知道那游戏原来是挂羊头卖狗肉呢？于是当我们不断尝试这些山寨游戏的时候，无情的时间便悄然间将“暗黑3”从我们身边带走了。

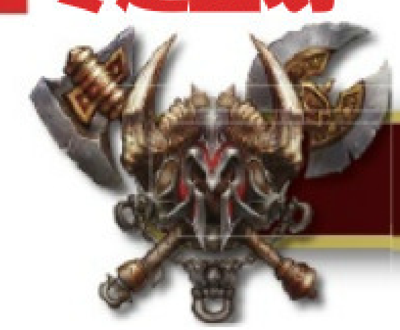
除此之外，“暗黑”系列那传统的ARPG模式也将面临空前的挑战。如今我们对“暗黑3”印象最深的似乎就是它“看起来并没有多大的变化”。面对由《怪


斜45度视角的确让人怀念

物猎人》所开创，由无数韩国网络游戏跟进的动作游戏新趋势，“暗黑3”依然坚定不移地走在自己的路线上，大有“任尔东南西北风，我自岿然不动”的气魄。我们看到，当年一锤打出一片 ARPG新天地的暴雪，到现在也变成了传统ARPG的守护者，在细节与表现力上我们完全不必怀疑暴雪游戏的质量，至少从“暗黑3”如今的表现来看，本作游戏绝不辱暴雪之名。但问题是游戏短时期以内的火爆并不能说明什么问题，暴雪看重的也不是三两天的销售数字。以暴雪的市场策略，它是不会像日本的“无双游戏”那样每年都推出新作去维持业绩的。战网也好，现金拍卖也好，无不说明暴雪在追求更长的游戏生命周期。“暗黑3”无法长卖三五年持续发挥其吸金能力，以暴雪这12年的游戏开发周期来衡量，这部作品就算不上成功。在此不禁让人回想起一位“暗黑”粉丝的话：“‘暗黑3’的对手其实只有一个，那就是‘暗黑2’。”事实很可能也是如此，若是没有“暗黑2”，以如今“暗黑3”各方面素质而言，我们可能都没有丝毫可抱怨之处。“暗黑2”实在太过成功，以至于暴雪也不敢对游戏的核心进行大刀阔斧的重塑，而将工作重心放在了网络与互动性的构建之上。如果说“暗黑3”最终兵败滑铁卢，要怪可能也只能怪二代对它的影响太大，只希望所谓“富不过三代”的定律，不要在暴雪游戏的身上重演。




自单机游戏开始流行的过肩视角早已入侵网游，左图为《洛奇英雄传》，中图为《龙之谷》，右图为《C9》



主机网络："暗黑3"的前路自在脚下

在"暗黑3"正式上市的当天，暴雪就公布了游戏的最终预售情况，200万份的数字无疑让"暗黑"的粉丝们振奋不已。这个数字表明我们将至少与200万人同时步入神圣避难所的世界共同游戏。而除了对玩家起到刺激作用之外，这个数字自然也能刺激到动视暴雪的股价，对于暴雪而言，200万份的数字也算是刷新了此前由"星际2"所保持的自家单机游戏预售记录。实际上，对于近几年疲软的欧美PC游戏市场而言，"暗黑3"的这个数字也足以令大多数单机游戏望而生叹。但若是我们据此便自我感觉良好地断言"暗黑3"的成功，就未免有些草率了。与许多同类游戏大作不同，"暗黑3"的主机版到现在还没有确切的消息，所以以上数据等于就是"暗黑3"首发的全部销量。暴白们大可以高呼"暗黑3"首日销量350万，已经成功超越PC销量245万的《上古卷轴5》了，然而我们不能忘记的是后者还有近1000万的主机平台销量摆在那里。走在PC这根独木桥上，到底让"暗黑3"损失了多少的潜在销量呢？

近年来，欧美的视频游戏市场一直都处于衰退之中，各大游戏主机在经历了新一轮的"七年之痒"后已经先后步入生命周期的末端，但即使如此，PC电脑市场的核心向游戏销量依然惨淡。如果说诸如《生化危机5》《使命召唤8》这类游戏是由于本身就具有坚实的主机玩家基础才导致PC平台销量不及主机平台的话，那么诸如《战地》系列与《上古卷轴》系列这类PC平台出身的游戏，却为什么事到如今其PC销量也远远不及主机平台呢？关于这个问题的讨论并不是本文的重点，在此便不再展开，但是站在暴雪的立场上，透过这些数字可以得出的结论是显而易见的。也就是说以"暗黑3"的游戏质量与口碑，既然能在PC平台上卖出几百万份，那么如果将其移植到主机平台上，销量上千万岂不是唾手可得吗？这也是近期有关"暗黑3"可能要推出主机版的传言不胫而走的原因所在。对于暴雪而言，主机游戏那广阔的市场无疑充满了吸引力，如果条件成熟，推出主机版本扩大玩家群体何乐而不为呢？然而综合各方面因素来看，这个"条件"至今仍未成熟。



《生化危机5》PC销量2万，主机销量759万

《使命召唤8》PC销量96万，主机销量2524万

《上古卷轴5》PC销量245万，主机销量989万

《战地3》PC销量189万，主机销量1093万

作为一家PC领域的老牌大厂，暴雪并非没有尝试过进军主机市场。且不说它创业之初的许多游戏都上过主机游戏平台，即使是经典的"暗黑1"与《星际争霸》也全都曾经尝试过发行主机版。然而对于当年还远没有实现网络功能纯粹是单机平台的主机市场而言，暴雪的移植注定是要失败的。因为无论是已经拥有战网的"暗黑1"还是注重对战的《星际争霸》，其游戏的核心生命力都在于玩家之间的互动与对抗，而当年的主机根本无法为暴雪的游戏提供这样的互动平台，所以这些经典游戏的主机版本很快就销声匿迹了。当时暴雪的游戏实在是太过超前，以至于它和主机平台就此擦肩而过从此再无交会之日。

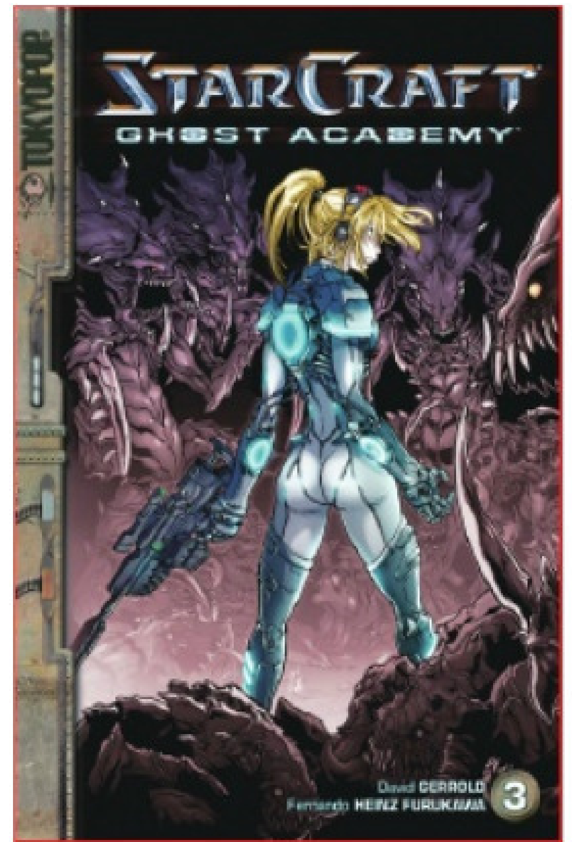
也许有人会说现在的各大主机都已经实现了网络平台互联的功能，那么"暗黑3"的移植应该顺理成章才对啊？的确，如今的移植在技术上完全没有问题。动视暴雪的另一个组成部分"动视"也拥有丰富的主机游戏开发经验，可以说暴雪尚未将主机版提上日程绝不是技术与人力资源方面的问题，而主要还是一个时机的问题。如今老一代的主机已经日薄西山这一点是大家有目共睹的，电子游戏机的更新换代已经迫在眉睫，然而从以往的经验我们可以得知，每一次的硬件更新换代，都

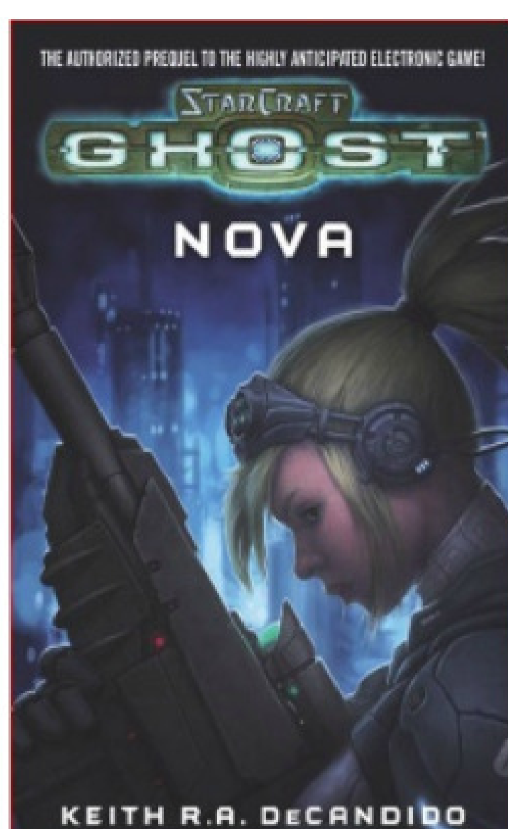




PS版的"暗黑1"与N64版的"星际1"

将是整个电子游戏业界的一场海啸，是产业资源重新分配的拐点。“暗黑3”偏偏赶在这个时候上市的确让暴雪犯了难，它可不想自己苦心经营12年的游戏续作给别家的游戏主机陪葬。当年《星际争霸——幽灵》的胎死腹中已经让暴雪错失了进军次世代主机市场的机会，如今万一站错了队列很有可能让暴雪再度与新一代的主机市场失之交臂。面对如此现状，精明的暴雪不可能不三思而后行。







《星际争霸——幽灵》胎死腹中，我们只能看看小说或者漫画聊以自慰了

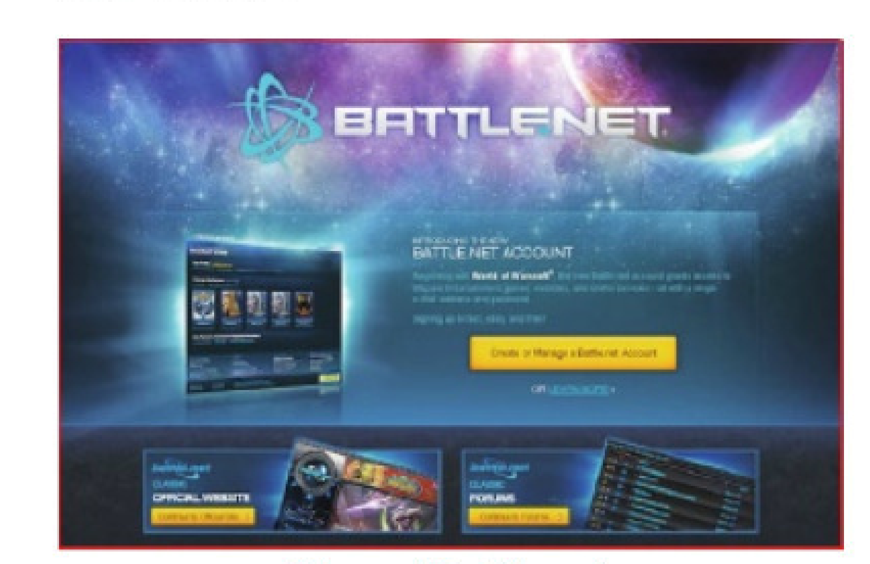
而除去主机硬件市场的这些不确定因素之外，另一个影响暴雪决策的关键因素就在于它已经搭建了自己的网络平台，它若是由于觊觎主机玩家市场而涉险冒进的话，很可能面临EA的Origin平台同样的尴尬局面。EA的Origin平台本来就是从Valve的Steam平台中分离出来自立门户的产物，EA以此表明了其独立搭建游戏平台的决心。然而此前一直是PC独占的“战地”系列在推出主机版的《战地3》之后，其主机平台销量立即超越PC平台，结果让EA自己的Origin数字平台遭遇尴尬。面对这样的前车之鉴，暴雪必须作出自己的选择，到底是选择一时的销量而将网络的主导权拱手让人，还是选择牢牢地守住自己的一亩三分地哪怕暂时不扩大玩家群体也决不允许其他人染指自己的后花园。从“星际2”发售之后这几年的情况来看，暴雪更倾向于选择后者，这很可能是暴雪极具前瞻性的一次决策。

虽然从现在来说，下一个世代的电子游戏硬件市场鹿死谁手尚未明了，但是可以预见的是，在不久的将来整个游戏市场的竞争将不再是传统意义上的硬件平台之争，而将转变成为立体化的网络平台之争，主机硬件将只是这些平台的组成部分之一而已。未来的游戏体验决不是将玩家束缚在电视或者电脑屏幕之前的过程，而应该是解放玩家的手脚，让玩家随时随地都能娱乐的过程。未来的主机、掌机与PC电脑之间也将不再是互相割裂的，而是可以通过网络结成一体的。届时各大厂商之间竞争的主战场将发生在网络之上，谁拥有更多的用户群，谁就是最后的赢家。

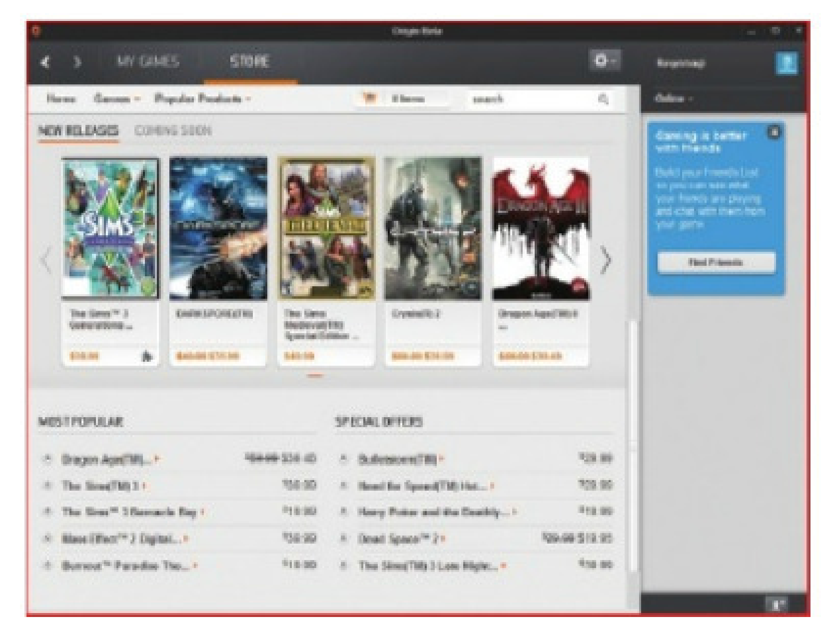


并非所有移植都能成功，当年可与“暗黑”一较高下的《地牢围攻》移植主机平台后销量惨淡

在这样的时代背景之下，暴雪早早地跳出了主机游戏之间的纷争（或者说它从未进入过），转而经营自己的网络，近乎偏执地维护自己对网络的主导权（诸如面对韩国KeSPA的寸步不让），最终才有今日的成就。如今“暗黑3”的种种营销策略可以说都是暴雪的尝试与摸索。暴雪在以自己的方式为传统的单机游戏寻找“长生不老”的药方。电子竞技的模式让暴雪为它的《星际争霸》系列找到了第一记药方，然而电子竞技领域只需要一个“星际”就已经够了，连“星际2”与“星际1”都无法和谐并存，更别说还有其他RTS厂商效法的余地。而现在“暗黑3”的探寻之路这才刚刚开始，无数的网游与单机厂商都已经跃跃欲试，紧紧跟上“暗黑破坏神”的步伐，只待“大菠萝”阴沟翻船好让自己取而代之。然而这些厂商还没有明白的是，暴雪即使没有了“暗黑3”也还有自己的“Battle.net”，而这个战网才是暴雪未来十年真正的核心竞争力所在。



Blizzard Battle.net



EA Origin



VALVE Steam



中国市场："暗黑3"的利益由谁瓜分

"暗黑3"可能是少数几款还没有在大陆正式运营便能引起如此之多关注的游戏之一，这一方面要归功于台服中文版的全球同步发售，另一方面也反映出暴雪游戏在中国巨大的影响力。无数的业界神话让暴雪总是被人寄予厚望，即使"星际2"国服的不尽如人意也并没有冲淡媒体和玩家对"暗黑3"的关注。光是这样的关注程度也足以让"暴雪已死"的言论不攻自破。

可惜的是，"暗黑3"在大陆的高人气并没有为暴雪带来太多的直接利益，至少在游戏的大陆版本正式发售之前这一情况很难转变。或许有人要说已经有无数的玩家涌入其他地区的服务器开始了游戏，已经有人掏了大把的钞票代购游戏的正版，且不说这个在网上号称"十万玩家"的数目到底存在多少可信度，即使是对暴雪官方来说，跨服玩家到底是天使还是恶魔也还要两说。对于总人口也不过一个上海市人口数量的台湾地区来说，即使没有专门的打金工作室入侵，光是大陆地区正常玩家在台服的进进出出也完全有可能搞垮整个台服的经济系统了，此前《魔兽世界》"金币农民"的事件还余波未消呢。可见，如今跨服玩家的这点"蝇头小利"只会提前耗尽"暗黑3"这款新游戏的生命周期，并不利于游戏环境的持续发展。这种杀鸡取卵的局面显然并不是暴雪乐意看到的。根本的解决方法还是让游戏的国服版本早日上线，然而"暗黑3"在祖国大陆的上市时间，却依然遥遥无期。



传说中的国服"暗黑3"注册页面



"暗黑3"中文官网上线

面对"暗黑3"所引起的巨大舆论宣传效应，无法在大陆有所作为的暴雪以及网易只能眼睁睁地看着网络代购、代理VPN以及各类网络加速器一拥而上争抢那号称"十万玩家"的蛋糕一角。这点小利虽然比不过破解和盗版的利润，但总比白白浪费这天降的财源要好。而且比起破解和盗版来，代购与代理对于整个产业而言多少也具有更多的积极意义。只不过面对那高昂的代购价格与繁琐的操作程序，若非核心玩家可能根本不会考虑。而另一个关键的问题是这样的代购没有任何的消费权益保障，生杀大权全在暴雪一念之间。毫无疑问，网易在取得"暗黑3"的正式代理与运营权之后必定要与暴雪沟通大陆玩家跨服游戏的这一问题，至于最后的处理方式，很可能就要看届时国服的实际运营情况了。

代购商虽然率先下海攫取了有关"暗黑3"的第一桶金，但终究只是蝇头小利。事实上，无数国内网游厂商也绝不会放过"暗黑3"尚未在大陆上市的这段真空期为自己的游戏造势宣传，甚至硬件厂商也不惜借"暗黑3"的噱头为自己的新机做一番宣传推广。毕竟当年《魔兽世界》迫使全国玩家硬件大升级的那一幕还历历在目呢，"暗黑3"虽然要求不高但是作为硬件销售的噱头已经足够。而除此之外，自然还少不了祖国特色的无数山寨页游厂商肆无忌惮地盗取官方素材为自己的小游戏造势打广告，甚至八杆子打不着的游戏类型也都迫不及待地为自己贴上一个"暗黑like"的标签以求"一波流"赚了就跑。每当一款经典名作上市，总少不了页游厂商百般钻营的借题发挥。前月的《三国志12》广告热潮刚刚消退，如今轮到"暗黑3"甚嚣尘上了，页游厂商的无孔不入真堪比当年的单机游戏盗版商。然而当年的盗版商与地下网吧好歹培养了一整批"暗黑"系列的忠实粉丝，可山寨的页游厂商除了赚到了自己的那一份以外还为这个市场做了什么呢？本来，由盗版发展到山寨多少总该是伴随着些许进步意义的吧，然而在中国却是山寨蚕食了原创，究其原因就是山寨的风险太小成本低廉。









强大的盗版和伪正版"暗黑"已经出到8代了

从历年的《中国网络游戏市场年度报告》中我们可以看到，国产网络游戏的营收在这几年都保持在60%左右，但我们要知道的是600多款国产游戏才支撑起了这个不到60%的营收比例，而区区40款国外引进的游戏却瓜分了超过40%的营收比例（以上为2011年数据）。国产游戏面对"暗黑3"远在海外的发售也变得如此焦躁不安，光是从这样数据之中我们也可以窥得一二了。也无怪乎我们总是断不了"暴雪"老爷们的奶，因为只求山寨的我们只有靠"暴雪"老爷们原创的新血才得以维系自己那急功近利的生态循环，这就是追求低成本的沉重代价。

"暗黑3"的发售，就像纷争女神掷出的那只金苹果一样，搅得国内游戏市场沸沸扬扬，让我们看到了无数的怪现象。这其中倒是网易最为淡定。对于"暗黑3"在大陆的正式代理商网易而言，以上种种其实都是它所不愿意看到的。无法与全球同步上市让网易错失了最佳的营销推广时机，各类代购不但让首批核心玩家就此流失海外，也为国服将来的定价策略埋下了隐患。毕竟"暗黑3"与当年《魔兽世界》先有国服后有台服的情况截然不同。如今台服先于国服开放，再加上"暗黑

3”这回实行的是一次消费终生畅玩的付费模式。可以预见的是，无论网易采取何种收费策略，调和国内的“国服玩家”与“外服玩家”都将是一个困难和痛苦的过程，在“暗黑3”资料片推出之前的国服将在很长一段时期之内处于一个非常尴尬的境地。资料片的推出对网易或许是一个机会，但也还要看这资料片能否“全球同步”。无论如何，对于现在的网易而言，面对如今的局面他除了向玩家承诺“正在积极准备中”之外，也别无其他办法。“暗黑3”在大陆的成败，依然处于一片云雾缭绕之中。


“暗黑3”中的天使

编者按：对于“暗黑3”在国内的前景可说是众说纷纭莫衷一是。以下为178产业频道的编辑站在自己的角度对“暗黑3”的未来提出的看法。这虽然只是一家之言，但也足以让我们透过这一家之言看到“暗黑3”火爆背后潜藏的隐患，从而更全面地了解“暗黑3”这款游戏在国服的前景究竟会是如何。



国服“暗黑3”收费模式的困境

■178产业频道 沈忱

“暗黑3”是网络游戏吗？不是，它最多4个人联机，而且你可以独自一人游戏，并且9小时左右就能通关，并且还卖客户端。

“暗黑3”是单机游戏吗？显然也不是，它类似“星际2”需要联网才能进入游戏，服务器一卡就完，还有个被暴雪寄予厚望的网络拍卖行。

“暗黑3”是什么？它是暴雪为了延续品牌，填补产品空缺，打击盗版，外加从虚拟交易中获利的产物，是在以上诸多因素糅合之下而产生的。

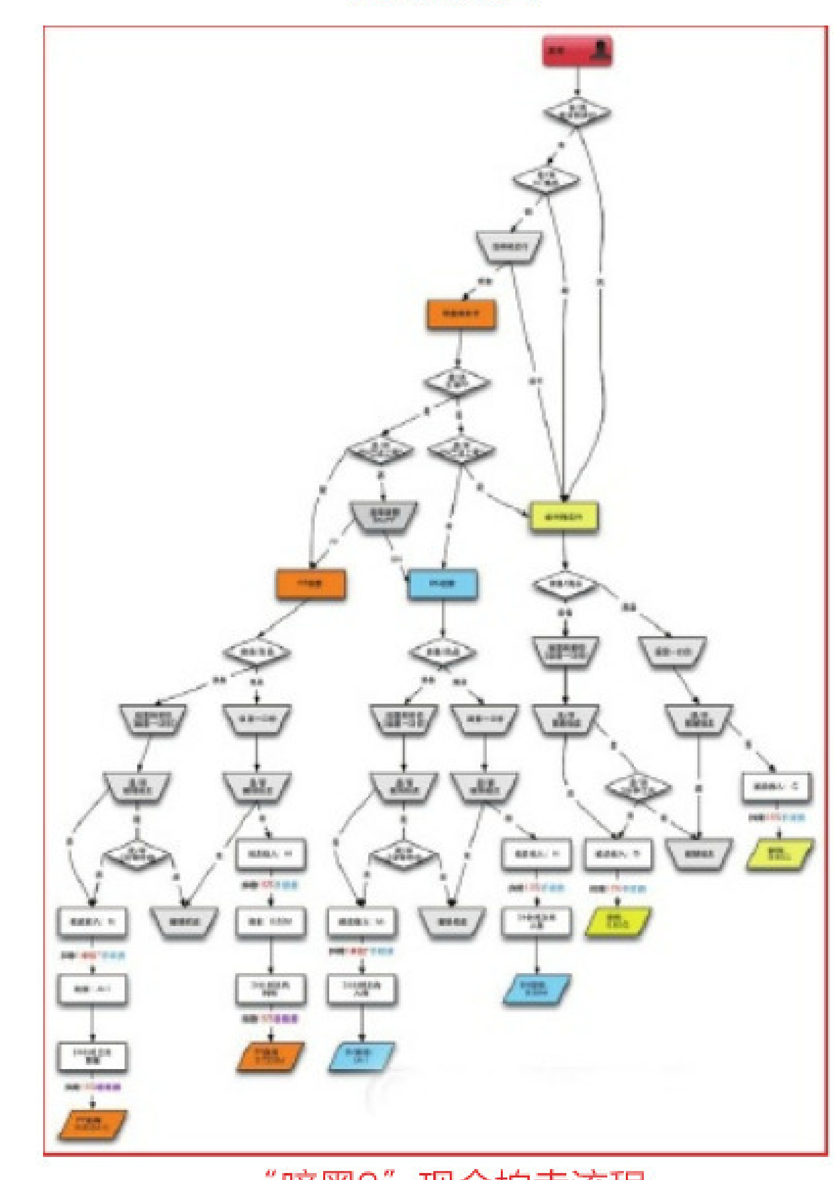
延续品牌 “暗黑2”于2000年上市，至今12年，倘若再不出续集，以前的玩家将会逐渐老去。老婆孩子工作升职锻炼身体将成为老玩家的主要生活追求，他们会逐渐对游戏失去购买动力，届时再推出新作就已经来不及了，引用一句歌词就是：“他们都老了吧，他们在哪里呀，我们就这样，各自奔天涯。”

填补产品空缺 《魔兽世界》2005年上市，如今已经日薄西山；《魔兽争霸3》2002年发行，暴雪已经多年不更新；新品《星际争霸2》的市场反响不佳，在线与营收一直不瘟不火；下一款网游《泰坦》还遥遥无期；DotA类网游《暴雪全明星》（Blizzard All Star）除了整天在DotA商标上打官司外也没见开发进度有什么新闻。于是，“暗黑3”就成为暴雪刺激市场，留住旗下用户，安抚投资人的工具。

打击盗版 暴雪的黄金时期产品，从《星际争霸》到《魔兽争霸3》都在全球掀起热潮，但暴雪赚了名声却没赚到实际收入，中国大陆地区猖獗的盗版，让暴雪在国内没捞到实际好处。韩国电竞依靠《星际争霸》火热起来，但赛事完全被KeSPA把控，暴雪也只能干瞪眼。于是从“星际2”开始，暴雪就着手单机游戏网络化，铲除了盗版，吞并所有赛事，把能想到的盈利点都包圆了，只求不再为他人做嫁衣裳。

虚拟交易获利 从《魔兽世界》开始，暴雪就一直打击游戏中的虚拟交易。在暴雪用户协议中多次声明虚拟物品所有权属于暴雪，并屡次打击玩家间的交易，但收效甚微，金币农民和工作室依然横行。吸取教训的暴雪，想出了交易抽税的方法，“暗黑3”光荣地成为暴雪的第一只小白鼠。


拍卖行截图


“暗黑3”现金拍卖流程

在以上诸多因素的影响下，“暗黑3”在国服会面临以下几点问题

一、目前台服1499新台币（约合人民币320元）的售价缺乏群众基础，阻挡新玩家进入

当年暴雪产品在国内的市场份额是在盗版商的帮助下实现的，而现在暴雪通过网络断了盗版商的财路，看似杜绝利润流失，实际上以中国大陆的消费能力能承担三百多元客户端费用的用户很少。而且，大陆流行的收费模式是道具收费和时间收费，前者完全没有进入门槛，容易吸引新用户；后者在游戏拥有良好品质的前提下其用户可以根据自己投入时间选择付费多少。

道具收费和时间收费各有所长，在中国大陆市场各有建树，而唯独客户端销售模式在大陆国情下一直都不怎么受待见。目

前比较成功的客户端销售案例是《仙剑奇侠传5》，据代理商百游透露销量超过100万套——但这是在“仙剑”武侠品牌多年积淀且定价仅为50～80元情况下的销量。

倘若国服“暗黑3”用320元出售客户端，没有任何历史案例表明它会取得成功。

如果国服“暗黑3”采用月卡制度，那么《星际争霸2》的困境就是它的前车之鉴。

假如国服“暗黑3”客户端降价，比如降至100元以内，降至大陆玩家可接受的范围——那么其他地区的玩家必定不答应，过大的价格差距也与暴雪全球经销策略相违背。

二、交易抽税税率过高，缺乏竞争力

目前国内采用交易抽税模式的网游有2款，《征途2》抽取交易中5%金额作为手续费，《佣兵天下》抽取3%作为手续费。然而“暗黑3”的税率高达15%，并且当玩家将收入存入PayPal（一款国外的在线支付工具——编者注）或者其他授权的支付服务提供商时，还要交纳15%的转账费。此外，当玩家通过现金拍卖行将游戏物品出售换取现金时，还需为每件装备缴纳1美元/1澳元的手续费。

《征途2》《佣兵天下》的客户端都是免费的，只有在产生交易时才收费，但是“暗黑3”在收取交易费用之前，您还得掏出320元才能享受交易的乐趣，显得缺乏竞争力。

打个比方，你要去报大学英语辅导班，各种培训学校琳琅满目，其中一个说你可以免费先听课，满意了再付费继续学习；另一个说，我们是名校，想来我们这体验先付入门费，听课满意想体验更多内容，请继续付费。后者的实力和品质也许上乘，但过高的门槛和后续增值费用无疑会打击消费者的积极性。



“暗黑3”实体版图片



《佣兵天下OL》原画

三、暴雪忠实粉丝与精英玩家都已在台服体验游戏，没有回国服的必要

根据《大众软件》2010年《魔兽世界玩家网络与现实交际情况关系调查报告》显示，《魔兽世界》用户中拥有本科及以上学历的玩家为65%，18岁至30岁之间的玩家为77%，从一个侧面说明暴雪用户主要集中在教育程度较高的22岁以上人群。

就目前在微博上提供的内容更新来看，进入台服体验“暗黑3”的玩家主要为有一定暴雪游龄的资深玩家和有一定财力的高端玩家，与之前暴雪用户的调查结果基本吻合。这部分用户收入较稳定，有较成熟的价值观和消费观，有独立的判断能力，对游戏有较高忠诚度，流失率较低。

但问题在于，这些核心玩家已经在台服体验了“暗黑3”，假如国服开启，这批玩家回归国服的可能性很小。《魔兽世界》是人与人交互性较强的网络游戏，玩家对游戏人文环境依赖性较强，需要熟悉的语言和文化习惯，因此玩家会选择亲近自己地理位置的服务器。

但“暗黑3”就内容上来说是一个单机游戏，不需要大型组队，不需要过多的交流，自己一个人也能顺利体验游戏内容，相较于韩服欧服美服来说台服对大陆基本没有文化障碍。除非网络延迟，不然有必要回国服吗？顺便说一句，目前台服网络状况良好，很少有顿卡延迟的现象。

四、游戏不具备其他网游的成就感和显耀感，对年轻一代吸引力有限

对于大部分中国网游玩家来说，在游戏中主要的收获在于成就感和显耀感。成就感包括升到满级，练满某技能，收集顶级装备等等；显耀感来自于PK或者团战中将敌人击败的荣耀感、拥有稀有道具带来的荣誉感以及成为公会团体高层的权力感。

那么问题来了，“暗黑3”是一个最多4人一起玩的“单机游戏”，您的成就显耀给谁看？给您那几个天天组队的老朋友看，还是给自己截图留念发论坛炫耀，或者是看着电脑AI控制的随从们在您面前活蹦乱跳感受万人之上大权在握的荣耀？

唯一能满足成就感和显耀感的只有拍卖行。通过在拍卖行中出售物品，你可以在心理上感受到自己的劳动价值，同时在物质上填满自己的钱包。对工作室和打金农民来说，这是一个实现价值的好环境。但那些想花钱买满足的人民币玩家怎么办？我花钱买了好装备，没有妹子围观啊？我一身极品，砍谁去啊？我在游戏里横着走，人挡杀人神挡灭神，没人围观喝彩鼓掌拍马屁，也没人给前呼后拥当我小弟，我花钱买孤独吗？总之，“暗黑3”的单机属性，很可能无法满足新兴网游用户的需求。

老玩家在台服拉不来，新玩家门槛高进不来，高税率打金打装备吃亏，互动少人民币玩家无满足感，国服“暗黑3”的市场前景不容乐观。



编者按：前文已经对“暗黑3”的各个方面都进行了深入的讨论。来自不同背景的作者也都从自己的立场角度出发对“暗黑3”进行了褒贬不一的评价，这其中既有普通玩家的声音，也有相关从业者的分析。在国服的“暗黑3”没有正式上线之前，有关这款游戏的方方面面还将继续成为广大ARPG爱好者们热烈讨论的话题。如果读者朋友对以上的讨论意犹未尽，那么这里还有一篇讨论“暗黑3”的文章。这是一位任职于国内某休闲游戏开发公司的“暗黑”粉丝用键盘记录下的所思所感，他站在休闲玩家的立场上所提出的观点看法与前文又有诸多不同之处，自成一家之言，可作为本次专题的有力补充。



凝神窥“暗黑” 往事犹可追

■广东 Pantheist

很多年前，有款叫做“大菠萝2”的游戏红遍了全球，它出自名门，乃暴雪三驾马车之一。

稍微文艺一些的同学，会亲切地喊它为“暗黑破坏神2”，并逢人便问“今天你‘暗黑’了吗？”如果你不“暗黑”，很抱歉，你会被排斥在组织之外，被视为小众。如果你“暗黑”了，且日日“暗黑”，那么很好，你是一个正常人了，一个正常的游戏民。这就是12年前发生在笔者身边真实的故事。回到现在，和同事谈起“暗黑2”，还有不少人会抿着嘴若有所思地说：“那时我上高中……”“那时我上初中……”或是“那时我上大学……”。



《暗黑破坏神Ⅱ》

我们已经无法估量这款游戏带给我们的影响，他似乎制造了一套新的ARPG规则，并成为此类游戏的标杆。我们时常听说某某游戏要超越它，也时常听说某某游戏不如它，从2000年到2002年，各种游戏媒体以极高的比例在文章中引用“暗黑”的字眼——哪怕他要描述的内容与“暗黑”一毛钱关系都没有。这就好比红火多年的林志玲，台湾地区的娱乐新闻总会以各种形式把她列入标题，频率之高令人咋舌。不少老一辈的娱乐人就开始抱怨，说看烦了，而也有张菲这样的大哥大力挺，说他觉得挺好的，百看不厌。是的，我们对于出现在各种报道中“暗黑”已经习以为常了。



我们的“暗黑”情结

《暗黑破坏神Ⅱ》展现给我们一个完整的世界，一段完整的历史以及一套严丝合缝的游戏体系。好的剧情，好的背景，好的画面与音乐，好的操作方式与人物设定……各方面的优秀是它巨大影响力的坚实基础。而社会环境则是促使其成功的另一个重要的条件。在这个新的世纪里，娱乐已经成为人类的第一需要，成为了生活的主旋律，而电脑游戏则肩负着年轻人娱乐的重任。当网络还处在初级阶段时，单机游戏成为了很多人买电脑的唯一理由，好的单机游戏自然不可错过。那个时候，国内最火热的还要数“星际”和CS，“暗黑2”的横空出世让所有人眼前一亮。原来游戏还可以这样玩，或者说原来还有这样的游戏可以玩。更为可贵的是，“暗黑2”不仅抓住了那些核心玩家，上手容易精通难的制作理念也吸引了大量的普通玩家。人们对“暗黑”议论纷纷，变态遭遇也好，极品装备也好。尤其是和我一样大的孩子，基本上是不看剧情，而是直奔爽快的魔法或是肉搏体验而去，所以说“暗黑”迎合了几乎所有游戏民的胃口，懂事的不懂事的都可以亲手宰了Diablo。

在网络不发达的日子，“暗黑”主要还是通过实体店传播，正版也好盗版也好，总是被摆在最显眼的位置。很多老板也从中受益，如奥美电子在代理“暗黑2”以后达到了事业的巅峰。又如街边的小店，3碟装的“暗黑”卖到手软。说起来，当年的我也从中受益，学生时代的中午总是宝贵，因为着迷“暗黑2”，我大幅提高了吃饭的速度，也间接提高了骑车的速度以及爬楼的速度。直到现在，我还拥有良好的身体以及强健的胃，这便是“暗黑2”对



《传奇》和《奇迹（MU）》



奥美电子发行的“暗黑2”



台湾地区松岗推出的繁体中文典藏版

我产生的副作用，并无戏谑之意。而还有些人会因为“暗黑”促成一段感情，或是在商海里翻身，则可以认为是“暗黑”对于不同个体的不同延伸了。当一个事物的影响力达到一定程度，便会经历一段爆炸式的增长，“暗黑2”就属此列。

对了对了，还有那“坑爹”的98元正版。装CD的塑料壳很容易就碎了，两张英雄卡就是10cm长的硬纸板，还只印刷一面。这就是国内的代理商给我留下的“深刻印象”，奥美电子，在代理了无数经典赚足了钱以后爆出CD-KEY的丑闻，暴雪卖给他2万个CD-KEY，他可以弄出4万个甚至6万个奥美兑换码，寄希望于某些玩家不去兑换，共用CD-KEY的玩家中恰好只有一人去兑换。这种极不负责任的做法让奥美不再被老天眷顾，随着网络游戏大潮的到来，他在争夺《奇迹》的代理权时惜败于九城，随后的《孔雀王》和《开天》也都因为种种原因悲剧，最终走向倒闭。

奥美不再，“暗黑”还在，游民也还在。游戏市场已经发生了翻天覆地的变化，计算机网络的日渐成熟使得各种应用成为可能，网络游戏在国内几乎“消灭”了单机游戏，人们发现一边聊天一边玩游戏更有意思，如果通过组队能促成更多的玩法，击杀更强大的Boss就更是佳事一桩了。从游戏商的角度来说，网络游戏才是赚钱的正途，从前的单机游戏由于受到盗版的困扰，十有八九是赔钱的。当时没有人想到，网络游戏会这么赚钱！陈天桥和朱骏成为了很多人心中的榜样，《传奇》和《奇迹》这两款网络游戏也成为了网游的标杆，创造了非常可观的财富。令人惊奇的是，这两款韩国泡菜中“暗黑”的影子竟然如此深刻，看来“暗黑”的影响力还在。陈天桥可以借此放心构建他心目中的娱乐帝国，朱骏则玩着心爱的足球，豪言烧钱不过法拉利开进黄浦江。直到今天，《传奇》和《奇迹》还在默默吸金，这可否称作“暗黑”遗风呢？



《暗黑破坏神Ⅲ》终于来了

面对网络游戏的疯狂，很多老玩家不满意了，他们觉得只有“暗黑3”才算得上正统，才是真正的“暗黑”。于是他们开始了漫长的等待，这一等就是12年。直到前些日子，笔者才摸上了“暗黑3”，还是美服。是的，“暗黑3”必须得在线才能玩。国内的玩家若不想脱离轨道，就必须跑去美服呀、欧服呀、台服呀……总之是异国他乡去继续“暗黑”梦。不然又要因为审查原因弄出一个“忘了开”或者是骷髅长肉就让人郁闷了。话说为什么要去美服？因为台服已经崩了，官网上一句非常人性化的告白“我们马上回來！”并不能消解玩家的愤怒。当然美服的状况也好不到哪里去，开服不久连续进行了三次维护，如“我们正在为《暗黑破坏神Ⅲ》美洲服务器进行紧急维护，以处理若干严重影响游戏的问题。这次维护可能会造成连接中断，登陆困难，游戏内功能失效和断线。”全球范围内都低估了玩家的热情。用一组数字对比，“暗黑2”发售两周达到100万的销量，“暗黑3”单是预购已经超过200万份。看起来“暗黑3”是占了绝对的上风。但在国内，真正玩上“暗黑3”的人可能并不比当初要多。这也是由大环境造成的。“暗黑3”联网才可玩对于它来说并不致命，但也正因为网络的存在，社会对娱乐的定义已经有了质的改变。如今是泛娱乐时代，全民娱乐，全时娱乐，和“暗黑2”时代的核心玩家进行小众娱乐的情况已经完全不同了。大量的人成为了轻度玩家，而曾经的核心玩家，也并不抗拒移动平台的轻度游戏，这也造成了游戏时间的碎片化和游戏地点的无限制，并已经成为了一种惯性。更不要说微博和虚拟社区等社交网络正在消耗人们大量的时间和精力，使其变成一种沉重的社交负担。“暗黑3”哪怕再优秀，舍得花足够的时间来品味它的人也没有从前多了，其影响力自然也会受到影响。这并不是一件悲哀的事情，因为“暗黑3”一定会以其他的形式渗透到其他游戏领域之中，就如同之前“暗黑”风格被带入iOS制成Dungeon Hunter（地牢猎手）一样。

不过单就“暗黑3”这种单机网游的形式，怕是没几家单机厂商敢学。玩个单机游戏还有延迟，卡了几秒人物就挂掉，实在是难以让人接受的。国内的单机游戏厂商依然难以借“暗黑”之风嗅到春天的气息，暴雪也没有为单机游戏如何预防破解找到




“暗黑”风格手游Dungeon Hunter（地牢猎手）



跨服游戏十分艰辛，迎接我们的往往是这么一句话

更好的办法，它只是靠着自己的金字招牌，做了一次中庸的尝试。但值得注意的是核心玩家随着“暗黑3”的到来再一次显示出惊人的购买力，作为网游厂商，是不是可以考虑在作品中添加更多符合他们口味的东西呢？例如更宏大的文化背景，更具挑战的关卡或是任务。毕竟核心玩家也更乐于为这样的游戏买单。

对于移动游戏厂商来说，则可以借这股“暗黑”热推出各自的新作，在内容和形式上可以只取其一，也可两者兼备。“暗黑”风格的ARPG自然不错，那么“暗黑”风格的塔防呢？“暗黑”风格的种菜买地盖房子游戏呢？说不定也能取得很好的效果。当然还有“暗黑”风格的跑酷、“暗黑”风格的横版过关……如果厂商可以借“暗黑3”的火爆找到一个轻度玩家与普通玩家乃至核心玩家之间的一个平衡点，想必能笼络到更多的用户和钞票。



金钱/金币拍卖行的局限性

“暗黑3”的影响力不仅仅是对于单机游戏市场或是移动平台，它在游戏运营期间的拍卖行系统也受到了玩家和业内人士的普遍关注。有人说“暗黑3”抄袭了《征途2》首创的收费模式，这多少有些一厢情愿的成分，暴雪也许压根就没注意到《征途2》这么个游戏，只是二者都在努力解决卖道具引发的公平性问题，而解决方案的雷同只因这样一个简单的经济体系实在没有其他解。他们都选择通过交易抽成的方式把免费玩家带入到网游经济的大循环中，这是一个非常有趣的尝试。但仔细一看，《征途2》和“暗黑3”哪怕是采取了相似的运营策略，其本质上还是有很大差异的。《征途2》依然是一款需要大量RMB支撑的网游，纵使取消了商城，但还是弄出了一个叫做“异域商人”的NPC，来贩卖一些游戏中最为常用的东西，同时游戏内遍布需要消费银子（RMB兑换的虚拟货币）的地方。还没完的是，他们还打出了“第三代网游”的旗号，在这样传统的“免费”模式下又增加了“消费税”——拍卖行抽税25%普通交易5%求购10%——这么一来系统回收银子的效率就大幅提高了，所以玩家就不得不再用RMB去买大量的银子。

那么“暗黑3”呢？它同样采用了拍卖抽税15%，但除此之外并无其他。这一方面出于暴雪要打造公平游戏环境的考量，另一方面则在于“暗黑3”和传统网游的差别还是较大的。首先，“暗黑3”最多只能4人组队，游戏主要是PvE的内容，而传统网游则注重大量PvP环节，每一个人由于对胜利的渴望而产生各种药品以及装备需求。其次，“暗黑3”也只是在收费方式上做了新的尝试，暴雪官方对于这种方式所能带来的利润也充满了疑惑，要不怎么每一个玩家若想玩到“暗黑3”还必须先花60美元买一个CD-KEY呢？这可是一个3A级大作的通常价格，暴雪并没有因为未来的交易税而降低这个价格。所以，对于《征途2》这样一款进入免费的游戏，我们对于它后面的贪婪也只能表示理解，厂商总是要赚钱的，能不能让买卖双方都舒坦才是问题之源。

暴雪在经营《魔兽世界》的时候，也做过一些成功的尝试，在采用了最为成熟的时间收费模式后，又新增了增值服务，如改姓名、换种族、换阵营以及角色定制等，这些服务并不会破坏游戏的平衡性，并受到了玩家的广泛支持。这种收费模式的混搭并没有让玩家感到不适，因为他们在平衡的环境里得到了他们想要的。

为什么暴雪没有卖道具呢？自“暗黑2”以来，多少网游窥视到了道具的



《征途2》生动地向我们证明了“一分钱憋倒英雄汉”的道理



中国网络市场持续扩大，呈现出社会化趋向

吸金真谛，并开始大肆贩卖。可暴雪没有，因为这种做法会轻易地打破游戏的平衡，玩家会在茫然间忘记游戏性而开始纯粹地攀比，一个游戏也便失去了它本来的味道，这本身就是件可悲的事情。那么怎样的经济体系才最适合游戏呢？游戏玩家又是一群什么样的人呢？

现在，我们忽然发现竟看不透玩家的游戏初衷了。在网络游戏中，他们进行的不再是被割裂的个体行为，而是互相影响的社会性行为，包含了契约的产生、合意的形成乃至道德伦理建设等一系列复杂的内容。我们为了弄明白一些事情，就必须去尊重模糊，关心感性。这看上去好似庸俗经济学中提到的那样，只谈表面现象，不谈本质，每个人都各有各的活法，以各自的方式生活并积累财富。



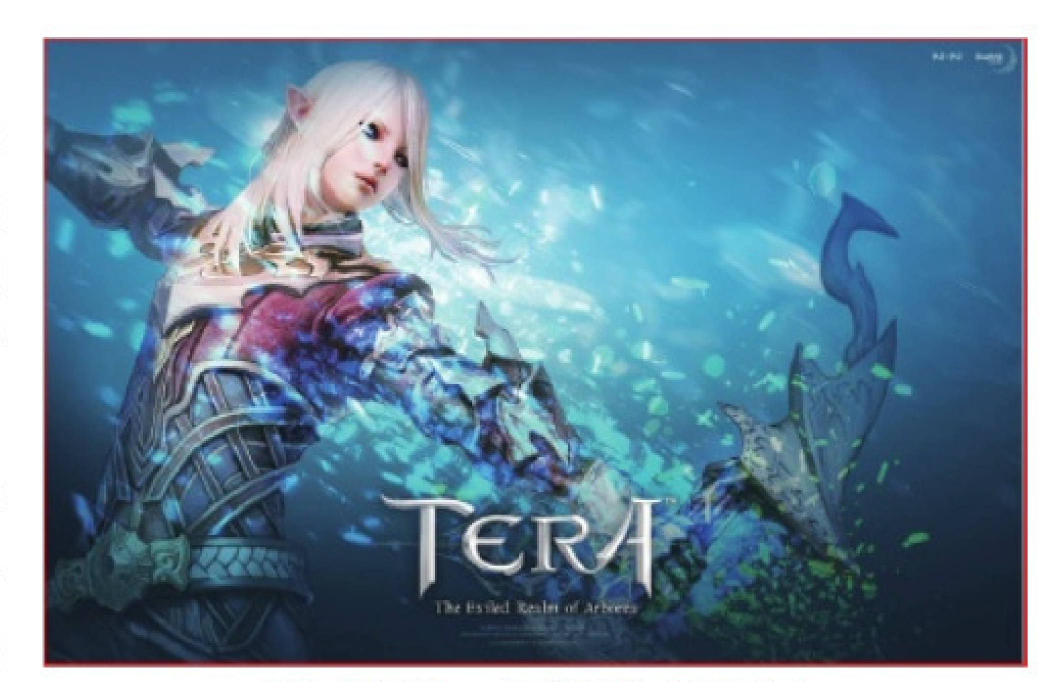
"暗黑3"的确可以从《魔兽世界》里借鉴经验

玩家有种种找不到初衷的行为和无法计算后果的做法，作为国内的游戏厂商，很难制定出一个万全的策略以应对需求多样化的玩家，还让其中的大部分能开开心心。既然如此，为什么不考虑回归简单的收费模式？很多人肯定不乐意了，"免费"模式那么赚钱，为什么还要回归时间收费，还要选择"暗黑3"那样的门槛费+交易税？



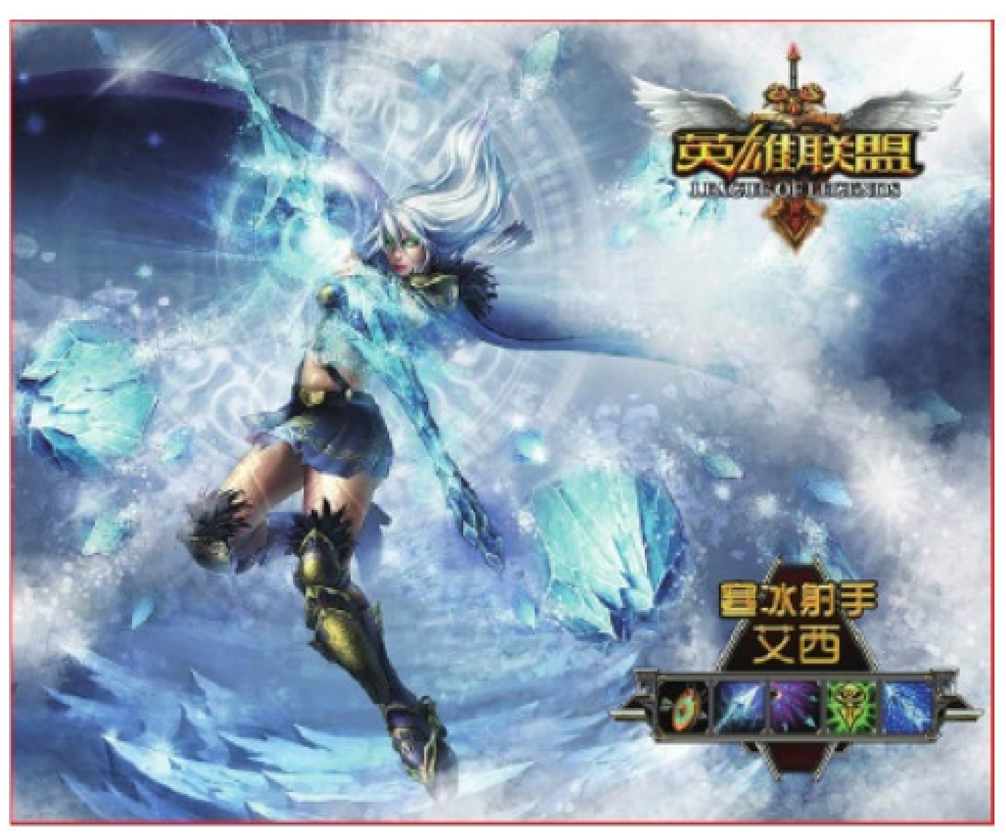
庸俗经济学引导傻瓜的收费模式回归

不得不说的是，"免费"模式已经让大量的内地玩家感到厌倦与不满，虽能给一些网游公司带来短期的利益，但这种收益并不稳定同时也大大影响游戏的寿命。至于"暗黑3"的模式，首先需要有一个巨大的玩家群体，只有通过他们的努力大量地产出游戏装备，才能激发拍卖行的活力，而即便如此这种交易税的收益一时间也很难与传统模式获得的收益匹敌。再者说，对于传统网游来说，交易不可能只在拍卖行进行，对于普通交易该如何限定？类似《征途2》般收税吗？如果收税太高，一些玩家会避开游戏内的经济体系，直接采取买卖双方的现金交易，这样厂商也就没有利益可言了。如果一开始先高价卖CD-KEY呢？别说高价，在国内，30元RMB都放倒了不少的网游。现在，唯有时间收费可以规避种种的不确定性。通过计点或是计时的方式，加上平均在线人数，厂商可以轻易算出每天的收益，每月的收益，这是一个稳定的收益，也是玩家安心上缴的收益。



韩国游戏Tera回归传统收费模式

在这种收费模式中，唯一感到有些憋屈的就是"高富帅"了，在"免费"模式下不可一世的"高富帅"，还需要和普通玩家一起打钱做任务花大量的时间去获取装备。这是从2005年"免费"模式泛滥以后泡在国内网游里的"高富帅"简直无法想象的，但因为《魔兽世界》开了先河，"高富帅"依然可以通过坐骑来展现自我魅力，只是你的鸟虽然长得帅，飞得并不比我的快。



《英雄联盟》的在线玩家数量已超越《魔兽世界》

据了解，韩国的网游Tera已经重回时间收费的传统模式了，这是一个信号，未来国内的游戏公司也许同样会回到起点，玩家的行为有太多的不可预测性，那么何不把沙盘弄平呢？虽然计时收费中单个玩家的贡献远不及"免费"模式下的RMB玩家，可100%玩家每时每刻都在为游戏付费，也挺让人眼馋的不是？至于游戏开始的门槛问题，大可以照搬《魔兽世界》的最初N小时免费体验，或是最初N级别免费体验，只要游戏质量过硬，一定能留住大批的玩家。

我们并不反感游戏厂商在赚钱方面的多种尝试，可如果模式的改变只是因为游戏平庸和对利益的追逐，我们只能说不。

真正的第三代收费模式并未诞生，恐怕也难以诞生，也曾有国内的厂商比巨人网络做了更为深刻的尝试，在"免费"模式下又新增了不同服务器不同时期的浮动汇率，以解决打金工作室带来的通货膨胀，但最终也没有逃离此类模式的短命像。所以与其做各种尝试，不如把更多的精力放在游戏的品质上，然后让玩家心情愉快地去买点卡，其实玩家的要求并不高，只想在一个虚拟的世界里活得像个人样。当然如果会武功，能御剑飞行，就更好了。

曾经有玩家写了这样一个游戏收账单。支出是网费120元、电费24.3元、饮料XX元，收入是卖装备所得——不详、网恋一段、快乐无数。想必他写这张单子的时候是快乐的，也希望通过厂商和玩家双方的努力，更多更多的人不再把精力放在如何精打细算游戏内的支出，而是去感受无数的快乐，是的，我们只谈快乐。P

决战新世纪



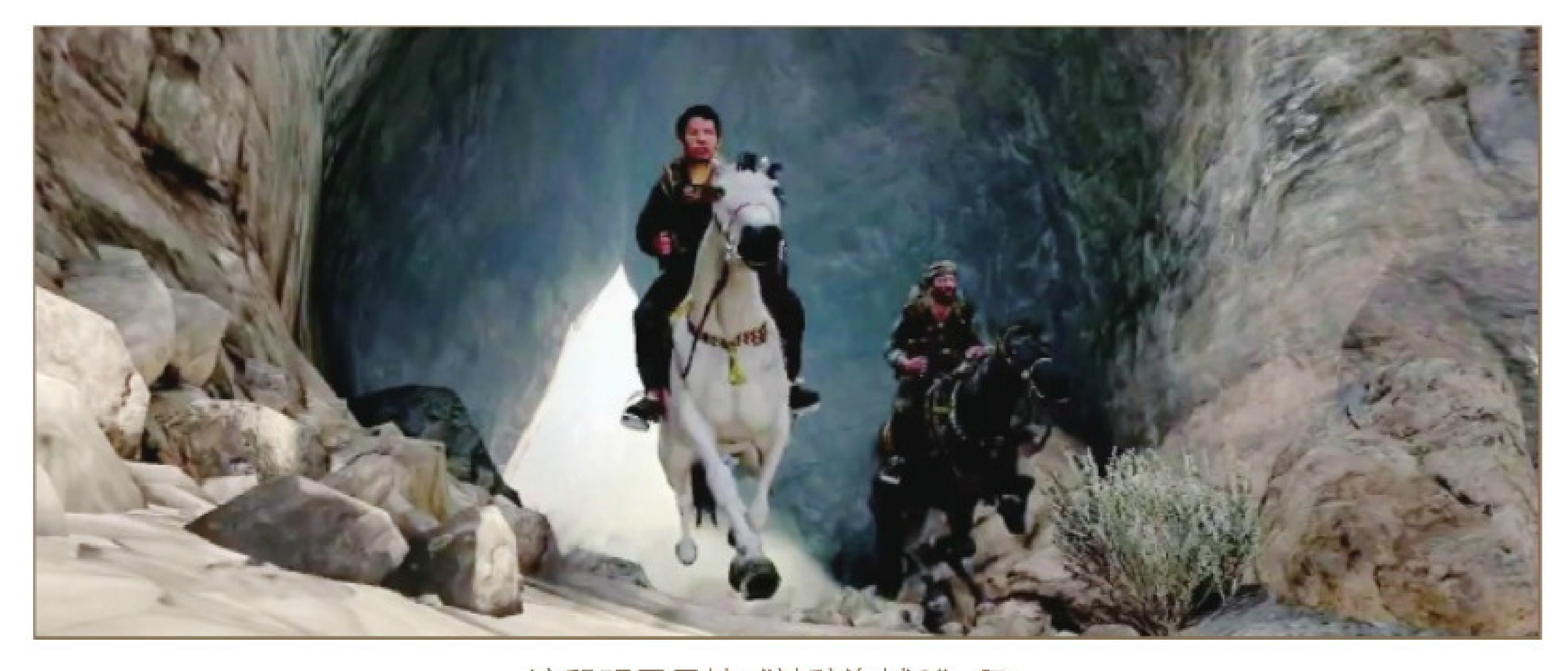
使命召唤——黑色行动Ⅱ
Call of Duty: Black Ops Ⅱ

■江苏 老黑

在Infinity Ward做烦了二战题材的《使命召唤》的时候，他们曾经提出过制作未来科幻题材的设想。几年之后，MW系列成为了FPS的霸主，IW组因为劳资纠纷所导致的内乱而实力大减。曾经开发CoD3、CoD5和《黑色行动》（以下简称BO）的Treyarch，准备在《黑色行动Ⅱ》中拾起当初的这一设想。BO2将要带领我们前往2025年的未来，在这个架空的舞台中，冷战格局将会与由无人机、两足机甲、巨型空母担纲主角的全新战争形态进行混搭。

新“燃油”战争

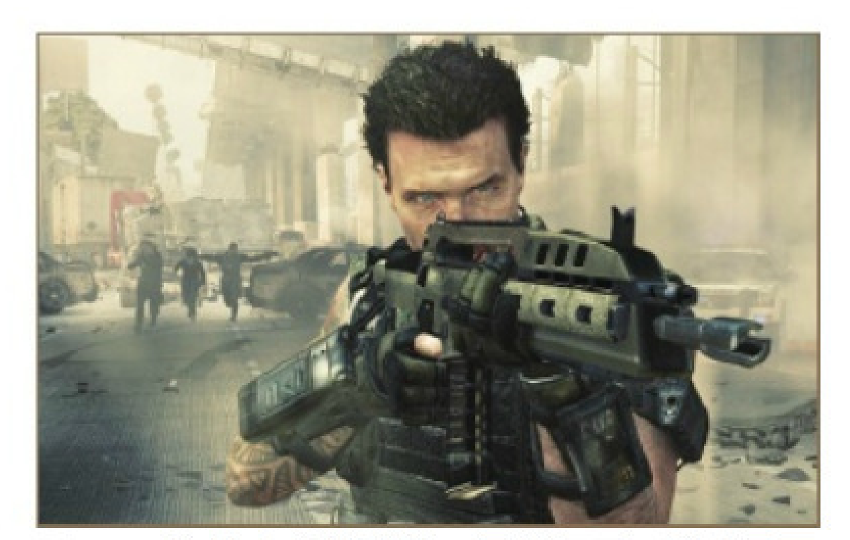
进入21世纪20年代，可再生能源的发明大大缓解了日益紧张的石油危机，然而超级大国依然在全球范围内争夺资源：人类社会进入高度自动化之后，对电子、机械设备和人工智能的高度依赖，让制造半导体原件所必需的稀土成为了一种真正意义上的战略资源——它不仅关乎到小资阶层口袋里面的智能电话和平板电脑，而且直接影响到军备研发和武器的更新换代。围绕稀土资源开采、贸易所引发的一系列争端，让冷战铁幕再度在东西方世界之间拉起。为了能够让BO2过于跳跃的时代背景能够拥有足够多的代入感，Treyarch找到了《超人》新片《钢铁之躯》（2013年上映）的编剧David Goyer创作故事，并且请五角大楼智囊团成员、21世纪全球防务问题专家PW Singer担任顾问。



这段明显是抄《神秘海域3》啊！

BO2将拥有CoD系列迄今为止历史跨度最长的剧情，在闪回任务中，玩家将再度扮演前作主角Alex Mason（果然没死掉）与肌肉男老搭档Frank Woods（你吃了一枚手雷也没死掉吗？），在阿富汗帮助塔利班（是的，当时就是这样）武装反抗苏联占领军，

制作：Treyarch
发行：Activision
类型：射击
发售日期：2012年11月13日
期待度：★★★★★


Mason掩护女总统脱险，目前还不知道他是否会继续由山姆·沃辛顿担任配音

执行CIA所下达的黑色行动。在2025年的故事线中，担任主角的是Alex Mason之子David Mason。在他所处的时代，一个名叫Raul Menendez的恐怖集团头目窃取了美国无人战争机器系统的控制密钥，挑起了两个因为稀土资源矛盾而互不信任的超级大国之间的战争。

未来战争的科技感

BO2依然基于老的IW4.0引擎制作，这也是玩家们在游戏公开之后比较失望的地方。Treyarch不仅仅希望通过加入各种科幻装备来增强玩家的新奇感，更重要的是通过一些新增的游戏方式来改变过去单纯走“枪枪枪”路线的玩法。在制作组公布的一个关卡中，David所保护的总统车队在洛杉矶的一个高架桥上遭到了自家无人机的攻击，在从四脚朝天的车厢内将女总统救出之后，他需要用以一敌百的传统方式杀出重围。除了疯狂的扣动扳机和蹲在墙角回血以外，我们看到了HUD上增加了战术操作的选项，你可以给幸存下来的特勤局特工们下达简单的战术指令。手腕上佩戴的全息战术地图，会将整个街区的地形构造和敌人的分布情况实时传送给玩家，让你在一个相对开放的场景中制定最合理的逃生方式。距离今天13年之后的战场，依然是火药动能弹武器的天下，但黑色行动的特工们也用上了不少闻所未闻的高科技杀人工具。小Mason就在这段流程中为我们演示了一种以微波方式穿墙攻击敌人的武器，它不仅能够自动锁定目标，结合热能眼镜还能烤熟掩体后方的敌人——相信会在多人模式中成为消灭蹲蹲党们的利器。

除了用两条腿走路的武装分子以外，还有更多用两条腿走路的自动机械武器来挑战黑色特工的后代。被称为魔爪（Claw）的双足机器人会给手中只有步兵枪械的主角带来极大的麻烦，除了呼叫FA-38垂直起降战机提供近距离对地支援以外，没有任何好的“解决方案”——如果多人模式中的连杀奖励也能召唤这样的大家伙参战，那就实在是太逆天了！

这个关卡最为惊人的一幕发生在最后一段流程，Mason跳入了一架FA-38的驾驶舱，升起战机后击毁沿途的无人机和失控的地面重装备，掩护总统脱险。出乎玩家们预料的地方在于，这并不是固定走位的空中轨道射击，也不是BO越南关直升机战那种拥有诸多限制的蹩脚飞行体验（因为CoD引擎的制约，一飞高整个地图就变成一个正方形的盒子），玩家可以自由控制战机在高楼大厦之间进行翻滚、俯冲和爬升动作。

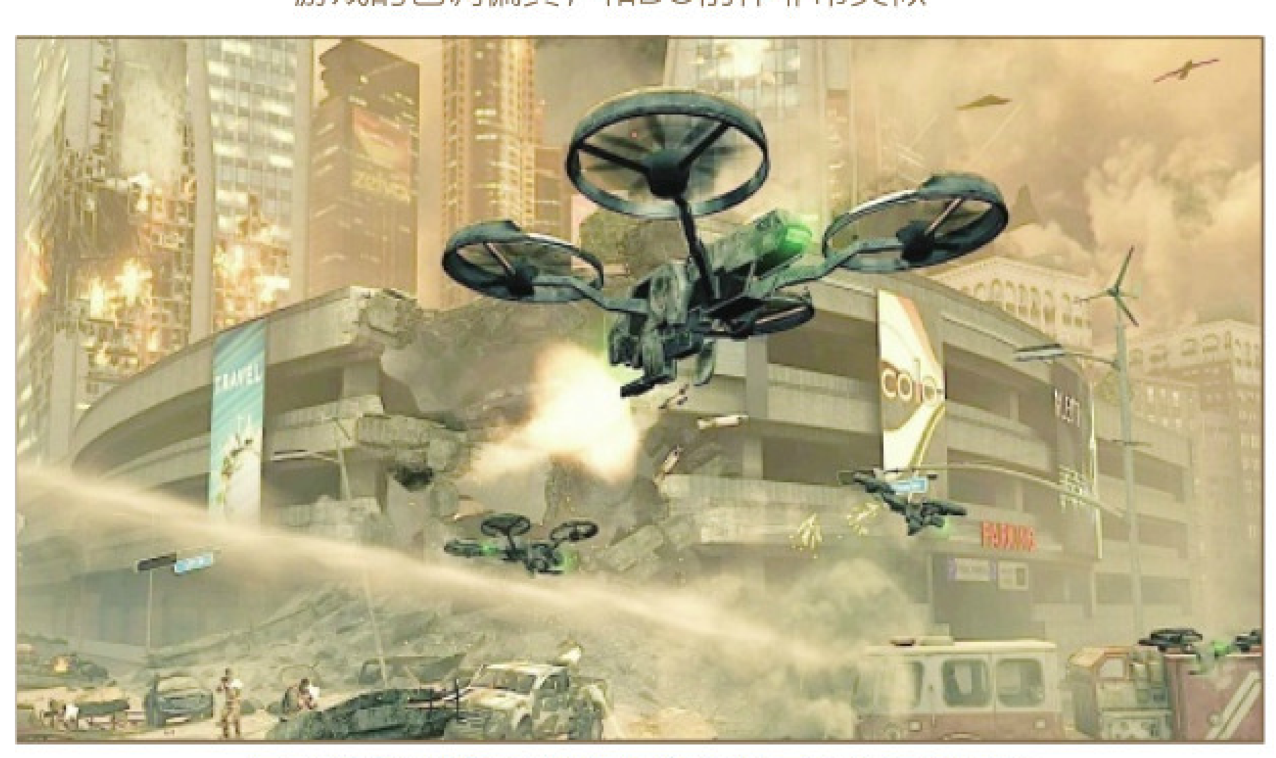
Treyarch在此次公布的资料中，特别提到了BO2将会加入剧情分支路线的设计。此外还有一种被成为“致命打击任务”（Strike Force Missions）的关卡，将会把海、陆、空无人作战机械的遥控指挥权交给玩家，你将与Raul Menendez的机械化军团进行正面碰撞。需要特别指出的是，SFM任务的主角只是一个不知名的小人物，他只有一次生命，死亡后该关卡就会自动终止，接下来的主线故事依然会对玩家开放。但你在SFM故事中所达成的战果，将要影响到大反派接下来的计划与部署。Treyarch希望通过这种方式，让玩家产生一种由自己亲手推动战局发展的感觉。P


看来Treyarch组也要玩一把世界大战了



游戏的色调偏黄，和BO前作非常类似

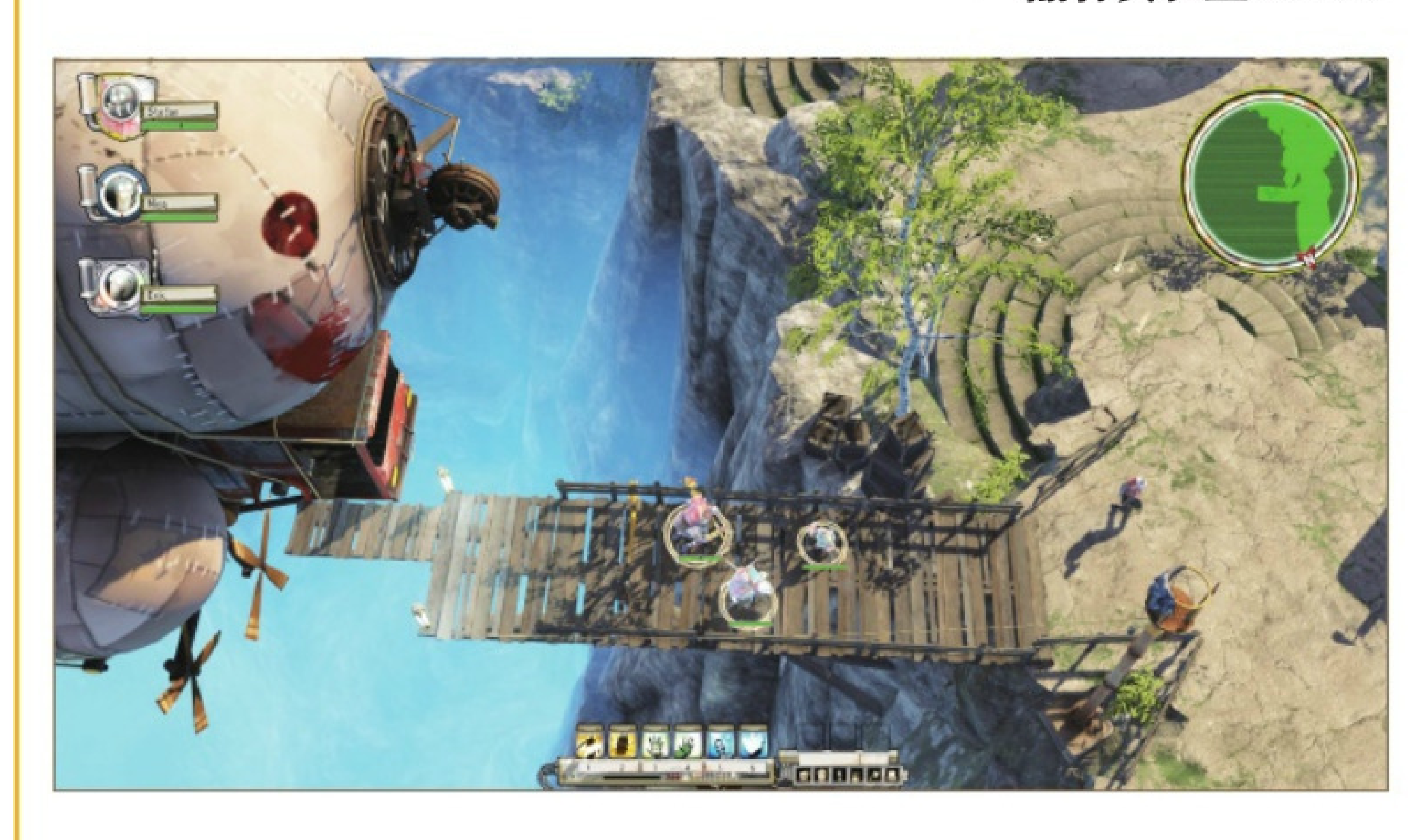

四足机械河马，拥有全地形移动能力，想和它正面较量，那是找死


EA会不会告BO2的机甲设定抄了C&C系列呢？

卡通风格的废土世界

弹坑
Krater

■晶合实验室 Joker



由Fatshark AB制作的《弹坑》(Krater)是一款类似废土系列末世背景的角色扮演游戏，游戏的故事设计发生在被生化武器彻底摧毁的瑞典，早已是一片废墟的土地上的一个巨大的弹坑内，由于坑内不断涌出纯净的饮用水，围绕这个弹坑逐渐就形成了一个适合居住的绿洲，玩家所扮演的角色就生活在这个“弹坑”中。

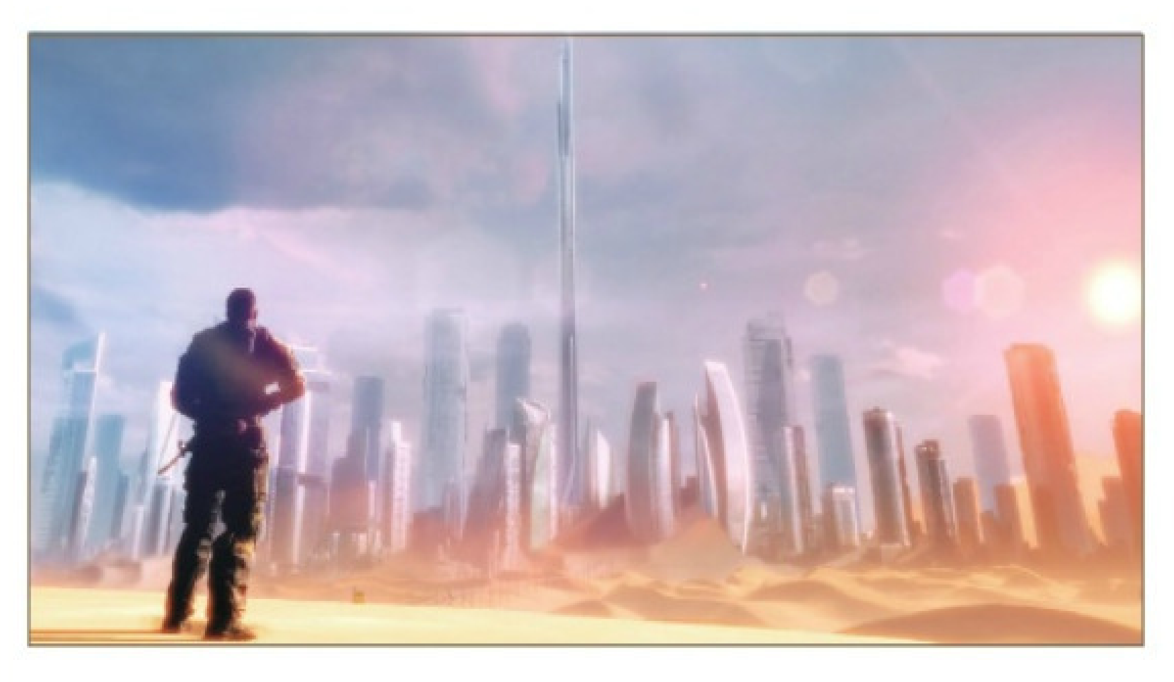
玩家需要通过探索未知区域、收集战利品、加工物品等来进行游戏，由于“弹坑”以外的世界都已被生化武器的污染，玩家在外出收集物品的时虽然能够提升角色技能，但与此同时也可能会受到辐射伤害，造成永久性损伤甚至死亡。游戏整体画面采用了卡通风格，显得十分可爱，与游戏的末日主题形成的反差也颇为有趣。游戏进行过程中选用了鸟瞰视角，让玩家在游戏过程中有一种纵览全局的感觉。P

制作：Fatshark AB
发行：Fatshark AB
类型：角色扮演
发售日期：2012年6月12日
期待度：★★★

末日迪拜，一线生机

特殊行动——生死线
Spec Ops: The Line

■晶合实验室 Joker



迪拜，这座沙漠中的度假天堂，富人们的销金窟，被誉为沙漠明珠的城市，在一场突如其来的自然灾难后被彻底摧毁，昔日的美丽被掩埋在了黄沙之下。正所谓福无双至祸不单行，就在人们尚未摆脱天灾的阴影的时候，人祸也随之而来。原本奉命来救援灾民的美军上校John Konrad却成为了占山为王的恐怖分子，多么讽刺。

没错，这就是《特殊行动——生死线》（Spec Ops: The Line ）背景设定，玩家将要扮演“德尔塔”部队上尉Martin Walker，带领自己的队伍奉命进入这座被风沙摧毁的城市，干掉那个疯子上校。

游戏中极具特色的一个设定就是沙子，因为在被风暴摧毁后的迪拜，无数的建筑物都被埋在了沙子之下，这时候玩家在游戏过程中，沙子会成为影响一些战斗“X因素”，打偏的子弹如果恰好破坏了建筑物，那涌入的沙子就很可能将你们所有人埋葬，当然你也可以利用这些意外来打击敌人，兵不血刃地让你的对手被黄沙吞噬。

本作是一款讲究团队合作的游戏，玩家扮演的是一个三人小队的长官，你将与你的队员一同合作完成任务，在这个过程中你将面临许多选择，例如是否对人质进行救援等，这些选择都会影响你在你同伴心中的印象，在这个混乱的世界里，许多选择都需慎之又慎，否则到最后，你和你的队友将会被自己的抉择逼疯。P

制作：Yager Development
发行：2K Games
类型：动作射击
发售日期：2012年6月26日
期待度：★★★

其臭如"兰"，难知如"阴"

——杂谈《兰茵篇》

■山东 剑气冲霄



注："其臭如兰"出于《周易》的"二人同心，其利断金；同心之言，其臭如兰"。"臭"通"嗅"，味道的意思。本意为：同心协力的两人，他们的力量可以斩断坚硬的金属，他们的意见让人感觉像嗅到兰花的芳香。"难知如阴"出自《孙子兵法·军争》，本意为："隐蔽起来要像阴云遮天，不见日月星辰"。

时隔两年，彼岸的兰茵姑娘终于漂洋过海，来到了我们身边。对于内地的轩迷而言，《兰茵篇》不啻于一场久旱土地上的甘霖，虽不及时，却异常解渴。作为一部资料片，与《一剑凌云山海情》《汉之云》《云之遥》相比，《兰茵篇》在整体制作思路，包括剧本架构与剧情呈现上，更像是一部中规中矩的商业游戏。虽说《兰茵篇》本身承担着挑明正、外传伏笔的任务，难以作为一部故事独立的游戏来对待。但正是这样一部剧情补完性的小品游戏，反而超越了"轩五三部曲"的存在，更受玩家好评。

本作在充分利用《汉之云》《云之遥》资源的基础上，新增十余曲BGM、多个场景地图以及两场CG动画，就其收费资料片性质而言，新增内容虽谈不上丰富多彩，但起码可算得厚道之至。当然，《兰茵篇》最为玩家所称道的，当属其出人意表的剧情内容。如果玩过《云之遥》本篇，无论通关后的感觉是乏善可陈，还是意犹未尽，都最好再将《兰茵篇》及《暮云篇》《五丈原篇》一一通关。当七巧板的最后一个碎片归复其位，"轩五三部曲"自会散发出它瑰丽的质感，与雄浑的气魄。

其臭如兰

显而易见，若想对《兰茵篇》进行臧否毁誉，首先应当将其置入“轩五三部曲”的体系中去审视。“轩五三部曲”如七巧板般，共有七作，包括一部正传，两部外传及四部资料片。正传在制作风格上，其实更符合“轩辕剑”的格调。扎实的历史资料考据（至今尚无人出来批判“轩五”的山海界何处失实），趣味性十足的小游戏，以及宏大奇特的世界观，均给人以厚重的气息。可惜游戏在剧本对白、系统操作上有失水准，并且与追求易上手、快节奏的市场环境格格不入，尽管有“完美结局”稍稍扳回一局，仍难摆脱其“系列最糟糕作品”（DOMO小组观点）的恶评。

正传与外传的制作，本身便是一正一奇、互为表里的设计思路，而《汉之云》与《云之遥》奇则奇矣，却不幸失于讨巧。重复《苍之涛》的历史颠覆性解读，已让玩家感到审美疲劳；再加上“诸葛亮”“赵云”本身作为家喻户晓经典人物，另类塑造难免使游戏与玩家固有认知偏差过大。虽然这些噱头必定会激起玩家的关注，但不见得能给游戏增加多少口碑。另外，游戏编剧毛兽曾在“专访问题集”中说，两部外传更倾向于“写给一些一路随轩辕剑走来的玩家们欣赏，确实需要一些生命阅历的人才能体会故事深刻之处”。故事是否深刻暂且抛开不议，《汉之云》和《云之遥》的确运用了大量类似意识流的表现方式，即并非由剧情推动情感表达，而是开篇即将情绪弥漫在故事之中，通过剧情的不断推进，将情绪无限强化。这种“情感”凌驾于“故事”之上的剧情制作，带来的负面效应，便是故事逻辑略嫌牵强，使得游戏难以获得主流日式RPG拥趸的亲睐。

相反，《兰茵篇》除却剧情需要与《云之遥》衔接之外，其余各方面的设计，与本篇相比，反而更像是一部完整、成熟的游戏，因而也受到了更多的褒奖与好评。笔者认为其原因有四：

其一，本作跳出了汉魏之争的死圈子，不再就“立场”“大义”“苍生”等概念进行说教，而是围绕“兰茵的情感抉择”这一主线推动剧情发展。游戏开场便开门见山，挑明兰茵的身份——应龙族之女、轩辕黄帝的剑僮。她肩负着控制暮云、营救主人的任务，却又不忍心让情郎牺牲。于是兰茵四处奔走寻找两全其美之策，最终却徒劳无功。女主角被魔王派到主角身边执行任务，后来却爱上男主角的剧情已屡见不鲜。诸如《轩辕剑叁》的妮可与赛特，《天之痕》的独孤宁珂与宇文拓，“仙剑2”的苏媚与王小虎，《鬼武者》的枫与左马介等等。

另外，如果算上兰茵的话，轩五三部曲又增添了一个自我纠结，直至自我牺牲的角色。在“轩五三部曲”的主角队伍里，诸葛亮、皇甫朝云（或暮云）、端蒙、强梧、徐庶，每个人都面临着两难抉择的人生迷思，最终却又同样以“死”来进行人生解套，甚至连长着一张娃娃胖小脸的兰茵女娃，也只能一死求全。一如横艾之语，“英雄惟惧死得不得其所，不得其时”，从中大抵可以窥见编剧毛兽的苦闷与悲情。

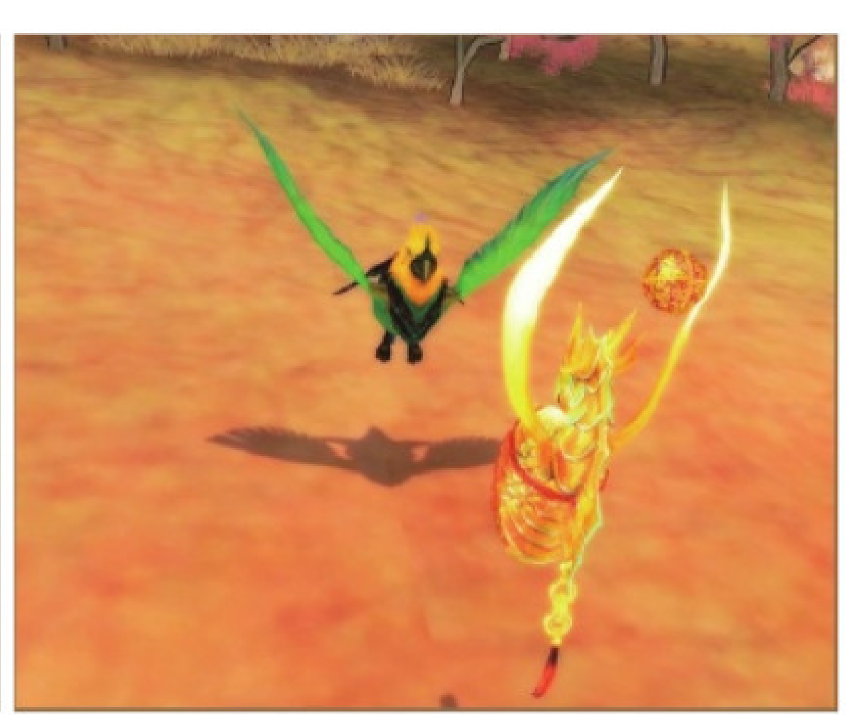
其二，平均20个小时的游戏时间，使得本作剧情更为紧凑。大概是DOMO制作周期更加宽裕的缘故，本作的剧情内容极其充实。虽说游戏前期仍有“寻找灵物”“寻访仙灵”等跑路任务，迷宫的出现频率也有些失衡，但在整体节奏感的把握上，已颇为精准。游戏伊始便交代了兰茵的任务，随后兰茵的种种行动，皆是围绕这一任务而实施的。这比起《汉之云》《云之遥》里，主角领着一大帮人漫无目的的执行任务，更能增加玩家的代入感。游戏过程中应龙、芝茵的步步紧逼，兰茵种种努力均付诸东流等情节，也更能调动玩家的情绪。

“龙头、猪肚、凤尾”的故事结构，乃文艺作品颠扑不破之至理，《汉之云》《云之遥》难以被套进这种三段式模型中去研究，而《兰茵篇》却与其丝丝入扣——前期谜团扑朔迷离，中期剧情起伏跌宕，后期将剧情推至高潮并旋即收尾。这样的剧情张力，无疑远胜于前三款作品。与《汉之云》繁琐冗长，不知所云的任务推进式剧情相比，兰茵篇已具备一款成功日式RPG剧情的最基本要素——将一个故事的脉络，清晰完整地体现出来。它跳出了支离破碎的“大魏任务”，回避了不甚讨好的历史观论断，而是用“兰茵护夫”“应龙救主”两条线绘成一个完整故事，将兰茵的情感历程清楚明白地交代出来。这种以情感抉择做噱头的剧情，虽然有取巧之嫌，却远胜于没头没脑的跑路任务。因此，《兰茵篇》称得上是正本清源的一作，无愧于“《天之痕》遗风”之名。

更为厚道的是，本作的对话更新极其频繁，几乎每经历完一段主线剧情，所有城镇NPC对话皆会大幅度更新一轮。反观《轩辕剑叁》城镇对话几乎从不更新的现象，足见DOMO的制作态度和制作理念正在进步。游戏企划邱思齐曾说，NPC对白的“文件光是分档就分成六份，连转档都会转到宕机（死机）的程度”，就NPC对白数量与游


神凛幻域夜空，群星璀璨


本作集结了大量的前代作品元素，还依靠明星效应增色不少


两个战斗伙伴，给人一种“中国版神奇宝贝”的错觉



支线人物的故事，在这里也有所交代



“寻找仙人”的跑路任务，在本作中仍然存在



本作新增了多个制作精良的地图场景，算是厚道之至了

戏时长比例而言，《云之遥》及《兰茵篇》已有向《空之轨迹》对白数量靠拢的趋势。此外，《兰茵篇》的支线剧情也相当丰实。除寻常的跑路任务外，还有若干个连锁任务，以及《云之遥》本篇支线任务的后续补完，并稍带着交代了前作几个支线人物的故事结局。一款资料片竟然连前作的支线剧情都能延续下来，足见制作者精巧的构思和勤劳的态度。

其三，本作的人物对白有所改进。大概是剧情角色减少的缘故，游戏角色的对话开始具备一定的感情色彩，再不似前作那样冷冰冰的毫无人情味可言。尤其是兰茵的两个伙伴——多鹏与小黄龙。前者装腔啰嗦，糗态百出，常常令玩家会心一笑，其风头殊不亚于《轩辕剑肆》的疾鹏。后者自始至终无一句台词，总是点头摇头，其忠诚可爱的性格，却也同样给玩家留下了极深刻的印象。《兰茵篇》这两只精怪血肉丰实，性格鲜明，甚至超过了《轩辕剑伍》《汉之云》等一些主要角色的塑造深度。由此可见，在制作周期与制作精力有限的条件下，与其量产出一批型男美女，倒不如踏踏实实的做出一两个核心角色来，更能赢得玩家的口碑。

小黄龙与多鹏作为新增战斗角色，协助兰茵进行战斗，再加上仍然存在的收化、辨识系统，让人产生一种“中国版神奇宝贝”的错觉。而攻击动画再不似从前一团光波乱轰的粗糙感觉，兰茵的武术开始有流畅的招式和爽快的打击感。再加上多鹏附带效果的法术，以及《云之遥》本篇遗留下的法宝系统，使得本作战斗系统的游戏性，有了一定的进步。

其四，本作集结了大量的前代作品元素。对于“轩辕剑”的铁杆FANS来说，这或许比高潮迭起的剧情更能让人心潮澎湃。随着剧情的推进，《轩辕剑肆》的留侯夫妻、云彩之塔，《轩辕剑贰》的古月圣，《轩辕剑叁》的轩辕剑仙相继亮相，不仅完成了串联历代剧情线索的任务，还依靠明星效应为本作增色不少。

伴随着《我心梦桃源》旋律，远处的云彩之塔若隐若现，古月圣手持盘古斧站在前方，种种元素使玩家油然生出一种亲切与感动。再如金狼与暮云道别，远赴西域修炼成轩辕剑仙一节，更是令玩家大呼过瘾。数代作品元素集结于一体，并与前后剧情遥相呼应，带给人的感觉不仅是一种怀旧，更是一次总结。当年大宇自制引擎所呈现的云彩之塔，与RW引擎重制下的云彩之塔一相比照，无需赘言，“轩辕剑”系列的传承感与延续感，便已扑面而来。

难知如阴

虽说此作口碑甚至胜过《汉之云》《云之遥》等正式作品，但纯粹将剧情脉络分析一遍的话，我们会发现《兰茵篇》剧情上的创新元素并不算多。芝茵、兰茵的双生子设定早在《轩辕剑叁》便被高频使用，其后《轩辕剑伍》天女的“灵”“魄”“体”三元神，《汉之云》的朝暮兄弟等设定均属于“灵魂多生”的范畴。其次，种族使命与爱情梦想的两难抉择，亦在大量游戏、玄幻小说、古装电视剧中屡见不鲜。

另外，剧情中很多矛盾有刻意制造之嫌。应龙已被石化了千年之久，却来不及再等上二三十年，非要逼女儿害死情郎，这似乎是作者刻意而为，让他去充当

矛盾的制造者，使兰茵在玩家面前不断纠结，直至自我牺牲。应龙的整个计划都是建立在轩辕剑转世为人的基础上，倘若轩辕剑不曾转世，计划根本无从实施，应龙只能和神使千岳永远被石化在神凛幻境中，那么《兰茵篇》整个故事就无从谈起了。另外，游戏结局处，当神凛幻境的障碍被冲破时，黄帝拒绝接受应龙的救援，甘愿自我禁锢。这或许可以解释为：黄帝在轩辕界得到了天下，在山海界放逐了天女，在天界惹怒了天帝，最后却像一个小孩子一样躲了起来，不愿看到他惹下的三界纷乱。这种消极避世的自我禁锢，与宇文拓的自我放逐、桓远之的千年幽禁相比，不免显得毫无担当。最后还是自己的孩子和老婆主动找到并原谅了他，事情才告一段落。轩辕剑的第一任主人，《轩辕界》的灵魂人物，竟然如此窝囊，不免引人嗟叹。

制作者虽然一再强调，《云之遥》及其资料片将重点描述主角们的感情历程。但主角之间的感情互动似乎仍然不多。唯一一场感情戏大概要追溯到《云之遥》前期暮云、柏乔在少室山谈人生、谈梦想（因此《云之遥》亦有《云之乔》之戏称）。其后则大多描述暮云的剑气成长，以及汉魏之间的攻伐争战。到了《兰茵篇》，兰茵、暮云、芝茵甚至再无感情交集，开始了各自的单独行动。男女主角间除了几次拥抱外，并无亲昵之感，或者只能说是一种客气的亲昵。兰茵由控制暮云转变为喜欢上暮云，甚至不惜为后者牺牲生命的情感变化也缺乏细节描述。仅仅是“日久生情”的话，似乎缺乏一定的说服力。久悠、韩龙等角色甚至完全沦为路人甲，仅在《云之遥》《汉之云》中充当了几回打手，在《兰茵篇》几乎毫无存在感可言，其戏份甚至不如淳于恒、玉澧、娄桑这些支线人物重要，不免可惜了这两个用心的人设。

当然，《兰茵篇》的创作初衷，仅仅是为了将《轩辕剑伍》三作的剧情线路补充完整。只不过此作的优秀元素太多，反而盖过了前三作的风采，倒像是《一剑凌云山海情》《云之遥》在为《兰茵篇》铺垫一般。按理说，《汉之云》《云之遥》《兰茵篇》三作，在删去很多不必要的“寻找神器”“完成军令”等情节，以及汉、魏两阵营互相用兵的历史介绍之后，完全可以合三为一，做成一部情节紧凑、设计缜密、恢弘大气的绝妙巨制。朝暮兄弟、芝兰姊妹的双生灵魂，巫山四仙子的约定，诸葛亮的大义苍生之痛，轩辕黄帝的自我禁锢，兰茵的艰难抉择等种种桥段倘能熔铸于一体，那必然会使游戏的综合素质提升一个档次，重现当年“轩辕剑”的辉煌。制作者将一个完整的剧本割分成两款外传、四款资料片，致使游戏不得不出现一些“寻找三神器”“寻找四灵药”“寻访仙人”等毫无诚意的主线剧情，《汉之云》为了延长游戏时间，甚至强制玩家在“观星台”这样一个大迷宫里来回跑上三趟。这就硬生生拖缓了游戏的正常节奏，割裂了主线之间的联系，使得玩家继续游戏的兴致大减。

即便有时间跨度太大，朝云、暮云、兰茵多个视角难以调度等难题，也完全可以通过类似于《幻想三国志3》的双线甚至三线剧情选择来解决。没有必要将一些毫无干系的剧情融入到主线当中，破坏了剧本的完整性和流畅性。当然，谁都知道，制作者将完整游戏分裂成三的原因，必然是资金的紧张与条件的艰苦。由于“研发经费异常窘迫”“后面可能被中途腰斩或喊停”等诸多不可抗因素掣肘，DOMO“必须把一个宏大故事拆成几段来推出”。独生的少年天才，却被人为搞成了诡异的连体婴儿，不免让人为之扼腕。

另外，尽管花了两款外传、三部资料片的篇幅去解释《轩辕剑伍》，游戏仍存在许多悬而未决的谜团。如《轩辕剑伍》开场动画中，黄帝的面具，蚩尤所保护的一妇一孺，在后续剧情中并未得到解释。《汉之云》里横艾成为“壶中仙”的原因，以及她与留侯张良的关系，亦未说明。太古十神器原本在《轩辕剑肆》的神器殿中，为何会四散人间，也仅仅在官方网站上以“重大变故”四字一带而过，并未清楚交代。《兰茵篇》结局的神使千岳究竟何去何从，这些未解之谜恐怕要留到《轩辕剑陆》甚至更后代的作品中再听分解了。

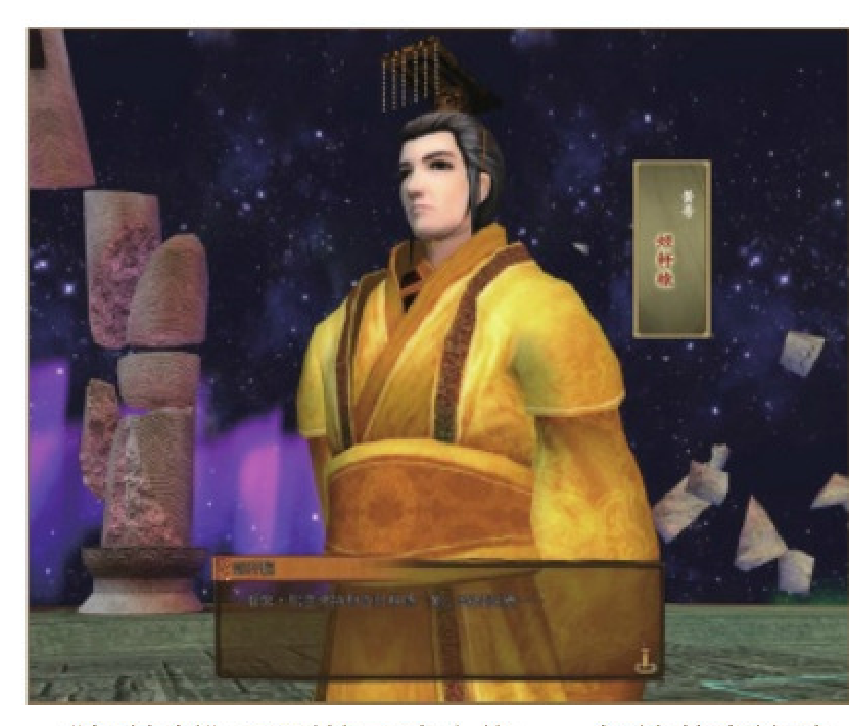
总体而言，《兰茵篇》是一款颇具诚意的资料片，种种谜团的答案在本作中大白于天下。正是得益于这款总结性资料片的存在，《轩辕剑》第五代的三款作品才撑起了由神话、历史、异界构成的一整个故事布局，凭借厚重磅礴的剧本，回归于《轩辕剑》系列谱系之中。无论如何，这总是一段令人愉快的记忆，一如《兰茵篇》的结尾一样，朦胧凄美，发人幽叹：

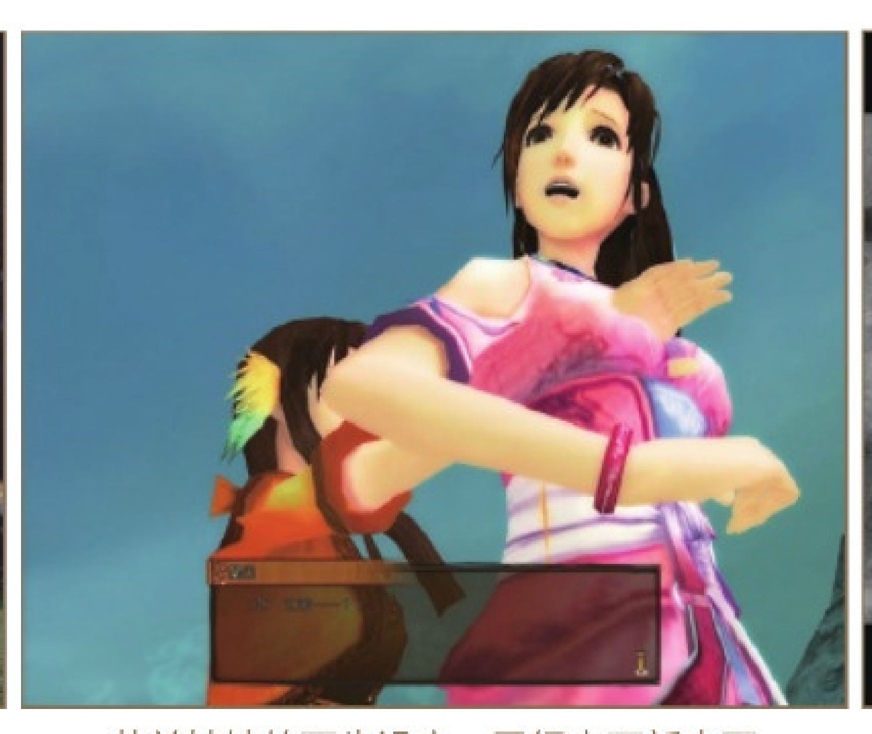
芝茵盘坐于地，金橘色的衣裙随风飘扬，她如往常一般，摆弄着自己的发梢，轻启朱唇，曼声歌唱。

暮云黯然回首，踽踽独行在星空之下。那雄健劲拔的背影，亦渐渐模糊。

星，群闪耀如萤。月，低垂映只影。轩辕剑之宿命，如梦如电，将之何之？

神凛幻域夜空，群星璀璨。


《轩辕剑》系列的灵魂人物——轩辕黄帝惊鸿一现


芝兰姊妹的双生设定，已经毫不新奇了


数代作品元素集结于一体，令人大呼过瘾



■北京 中崎峻

编者注：关于《三国志12》上手攻略、相关资料及深度评论内容，请参见《大众软件》2012年6月中旬刊。

精品	总评 8.6	
制作	光荣	
发行	Koei Tecmo	
类型	策略	
语种	日语	
游戏性 Gameplay		9.0
上手精通 Difficulty		9.0
画　面 Graphics		8.6
音　效 Sound		8.4
创　意 Creativity		8.0
剧　情 Story		8.8

一、战法篇

在《三国志12》中，总计有67种战法（其中有12个战法为武将独有），虽然种类繁多，但是归纳起来，一类是对自身，即对发动战法的武将自身有效，一类是范围型战法，即对敌人群体或我方群体有效。发动战法需要消耗采配值，采配值随着战斗进行会自行慢慢增加，同时占据战场上的阵也可以提升增加速度，不过阵是无防御力的建筑，敌我双方都可以轻松占领，所以在战斗中如何抢先占领并且保证阵的安全，让我方的采配值可以一直维持比较高的增加速度在战斗中也是至关重要的。

武将独有战法包括：人中吕布（吕布）、美女连环（貂蝉）、魏武之强（曹操）、义勇军（刘备）、全军防护（孙权）、八阵之法（诸葛亮）、连战固守（司马懿）、连环计（庞统）、神火计（周瑜）、千里行（关羽）、万人敌（张飞）、单骑驱（赵云）。

注： 以上独有战法不包括古武将和日本战国武将，指的是在全部481名三国武将中属于独有。

在战斗中，战法的发动时机如果恰当，对整个战局的影响是相当巨大的。比如貂蝉先发动“美女连环”，让范围内的敌人机动力和武力下降，然后吕布发动“人中吕布”技能对敌人进行打击，效果惊人。当然，越高级越强力的战法消耗的采配自然也就更多，如果处理不当，有可能己方理想中的战法组合还没有发动出来就被敌人先将部队歼灭，那就得不偿失了。

当然，像上面这种貂蝉+吕布的超强力战法组合在实际游戏中用到的机会毕竟较少，而且这两个人都属于早期角色，死亡比较早，对于后期剧本而言，我们更多地应该将战法组合放在二线将领上，况且本作中武将是可育成的（即通过各种手段加参数），如陈到、周仓、李严、臧霸、黄权、马岱、徐盛、丁奉这些活得比较长而且自身统率和武力也还算不错的将领，经过一定的育成，作用也不会比历史上如关羽、张飞这样的一线武将差多少。下面笔者就简单介绍几个比较好用而且相对容易操作、执行的组合。

1.虚诱掩杀+伏兵（挑衅+伏兵）

这个战法组合的核心就是引蛇出洞，如果是进攻时使用，可以用最大效率将敌人从城中引出来，然后在城外歼灭，争取以敌军团全灭的方式来获得胜利。在敌城兵力比较多或者敌人弓兵比较多的时候，这个组合可以尽可能减小强攻城门时给我方造成的伤害，一则可以很大程度保留敌人城池内的建设，减少开发时的花费，二则可以让拿下的城池防御度比较高，在敌人有可能发动反扑时为我方能争取更大的防御优势。而防守时，如果我方兵力比较薄弱，也可以用此方法吸引敌主力攻城部队，消耗时间。

如**图1**，我方部队先占据城外各阵，布好口袋阵，攒够采配，由贾诩负责诱敌。这里需要注意的是，诱敌的将领最好拥有神速、水练这些可以提升自身机动力的技能，否则靠近城门时敌人如果重兵防守，弄不好自己还没来得及撤退到安全地带就会溃走，所以诱敌的将领最好多带一些兵力以保证自身安全。

如**图2**，贾诩第一次诱敌，成功将夏侯尚、司马孚、刘勋和援军孙礼引诱出来，四人成为掉入陷阱的猎物，被我军完全合围，由于赵云习得了鬼谋，诸葛亮也拥有鬼谋技能，敌人遭遇伏兵混乱，迅速被完全吃掉。

如**图3**，第一次诱敌的四人被歼灭后，贾诩再次诱敌，引出了援军许褚、温恢，此二人也步了夏侯尚等四将的后尘，被我方完全歼灭。

三次诱敌之后，敌人只剩下侥幸逃掉的司马孚和一直没有上城墙的孙礼，我军气势如虹，在敌人没有干扰的情况下打破城门，击溃孙礼，攻击敌人本阵。最终全歼敌人城守兵力和援军，占领了宛城。

“虚诱掩杀”之所以搭配“伏兵”，是为了尽最大可能让敌人的武将没有什么机会逃回本阵去补充兵力，伏兵可以通过武将战法的伏兵、伏兵神速、八阵之法，或者战斗秘策伏兵之策来实现，不过就算没有伏兵，用这种反复诱敌入彀的方式也可以达到目的。诱敌的要点要根据己方合围武将的能力、兵力去考虑，如果一次引诱了太多敌人尤其是强力的敌将，我方损失也会比较惨重。所以有时宁可多用几次，以实现局部战斗的数量绝对优势来迅速歼灭敌人。同样在守城战时使用，要注意因为阵都在城外，采配的增加速度会比较慢，最好一边引一边尽可能再把敌人占领的阵“摸”回来。需要特别注意的一点是，此战法对于如长安西、成都等有多重关门的地图，需要慎重使用，因为敌人中计后虽然会追你，但由于城门多，上下城墙和出关门都在消耗时间，很有可能敌人刚出城门战法的时间就到了，这样敌人就会转身回去，就无法达到野外歼敌的目的了。

在《三国志12》中，拥有“虚诱掩杀”战法的武将有田丰、贾诩、王异、司马昭四人，贾诩是众所周知的长命角色，基本可以从184剧本到214剧本一直使用，后期有王异、司马昭也可以接班。

“虚诱掩杀”战法固然不错，但是会的武将太少，所以有时候也可以采用“廉价版”的虚诱掩杀，即挑衅战法。虽然挑衅无法降低敌人攻击力，但在诱敌方面的效果可以完全和虚诱掩杀媲美，采配只需要4点，而且拥有该战法的武将也更多一点，总计有6人，其中比较有代表性的是法正、马谡、诸葛恪等人，其中尤以法正更为出色——82的统率，94的智力，同时有鬼谋特技，适当培养下统率、智力，更是足以媲美贾诩了。

2.武力低下+大打击或者智力低下+火计

这两个战法组合可以说是山寨版的美女连环+人中吕布。先降低敌人部队的武力或智力，然后发动大打击或火计，进行大范围群体攻击。虽然每次打击的绝对值比不过“美人”组合，但是由于其性价比很好，武力低下和智力低下都是只需要采配2，大打击和火计都是采配7，在采配足够的情况下，发动一到两次武力低下、智力低下后，可以连续使用两次大打击或者火计，效果也相当不错了。而且拥有大打击战法的武将多达18人，从早期到后期的角色都有，比较有代表性的是颜良、徐晃、周仓、潘璋、祝融、李严、文鸯等人。而拥有火计的武将也有13人，其中不乏智力很高的荀攸、陆逊，中后期也可以用黄权、全琮等人。基本上，这两个战法可以当作经常使用的战法组合。

如**图4**，由天水进攻长安，地图为长安西侧。鲍隆发动武力低下后，周仓发动大打击，即使是武力比周仓高的许褚也被打掉了2215的兵力，至于武力本就不高的司马孚，被打掉了2701兵力，于禁、夏侯尚也被打掉了2400到2500的兵力。



图1：虚诱掩杀



图2：虚诱掩杀


图3：虚诱掩杀



图4：武力低下



图5：智力低下

如**图5**，同样由天水进攻长安，先由刘巴发动一次智力低下，基本上敌军全都中了。而后由黄权发动火计，智力比较低的许褚、牛金等人都直接被烧掉了2400多兵力。

如**图6**，成公英发动文武低下后，周仓发动大打击，虽然打击许褚的效果比发动武力低下时略有下降，但是整体效果依旧很不错。

武力低下+大打击和智力低下+火计的使用要点在于让尽可能多的敌人中武力低下或智力低下，但拥有这两个技能的人并不算多，而且多为三流、四流能力的武将，尤其是拥有武力低下的武将，早期将领比较多，但统率高的极少，所以需要通过官爵来提高带兵力。比较有代表性的有张扬、高览、鲍隆、董荼那等人。而拥有智力低下的武将也基本类似，有代表性的如刘焉、周鲂、何晏、贾充等人。



图6：文武低下

如果玩家势力中没有武力低下或智力低下的武将，也可以考虑使用文武低下战法的武将，虽然文武低下的单项效果比武力低下或智力低下略有一点点逊色，但拥有该战法的武将智力相对更好一点，而且年代分布也比较合理，比较有代表性的武将包括王允、张昭、成公英、曹植等人。而火计也可以用埋伏之毒来替代，不过拥有埋伏之毒的角色只有李儒、陈登、孟达、司马师4人，所以整体比较起来不如火计拥有更高的实用性。

3.其他战法组合

其他一些可以考虑搭配的战法组合还有“全军兵击”配合“猛攻”或者其他可以提高攻击、伤害的战法，拥有全军兵击战法的武将也比较多，如关平、徐庶、满宠、程普、钟会等人。

弓兵系的“弓军强射”配合“远猛射”，或者“总猛射”配合“远猛射”，尤其是在守城时也能发挥很强的效果。

“全军索敌”也可以配合骑兵快速行动，进行诸如迂回包抄、快速突进等手段打击敌人。

战法再好用，效果再惊人，也要看使用者是否能正确阅读战场上瞬息万变的信息，才能使之充分发挥其作用。高级AI还是会比较注意玩家将领的配置的，经常会优先抓着我方比较重要的武将或者战法对其威胁比较大的武将攻击。而且本作的战斗采用的是半即时制，如何正确阅读战场信息，合理地进攻、防守、诱敌，甚至撤退，都是需要玩家自己不断熟悉的。

上文所列的几种战法搭配也不过是抛砖引玉，许多细节，其实还要靠玩家自己理解。当然，玩家通过自己的摸索，也一定能够发现更多的战法搭配。

三国志12 二、秘策篇

在《三国志12》中，总共有20种秘策，战略用秘策10个，战斗用秘策10个。

对于玩家而言，经常会使用到的战略用秘策主要是求财之策、求贤之策、绝道之策。尤其是当玩家使用刘备时，求财之策对拥有固有技法汉室复兴的刘备而言，简直就是收割机，随着刘备名声的不断增加，求财之策的效果越来越大，到了中后期，随着兵舍募兵量的逐渐减少，求财之策的兵力增加效果更是惊人。

求贤之策适合早期的剧本，大量名将都是在野或未发现，玩家可以抢先将他们招至麾下。

绝道之策在我方有计略府接邻敌城池时使用，可以让敌人城池无法邀请援军，尤其目标城池有大兵力援军增援时，可一举攻下目标城池，避免敌援军的干扰。当然，绝道之策也是AI最喜用的，所以玩家在游戏时也需要小心敌人对自己使用绝道之策。

战斗用秘策使用得比较多的有鼓舞之策、伏兵之策、无策之策等。

战略用秘策使用后，会有献策选项，献策一般为秘策强化，比如增加效果，延长时间，或根据秘策开发所需特技有所推荐。求贤之策有人脉技能的话可以随机获得一个未发现武将，求财之策有名士特技可以增加武将忠诚度等。所以合理使用秘策的献策也很重要。当然，献策也有可能失败，而且每月的献策可能不同，玩家可以选择在秘策期间何时使用献策。



三、战场篇

兵者，国之大事，死生之地，存亡之道，不可不察也。如果为将者不知地利，不了解战场的地形，纵有雄兵百万，也不过是任人宰割的对象。

在《三国志12》中总计有40座城池，27个战场地图（有些城池外的战场图是一样的），下面将简单说下各个战场的基本情况，以方便玩家们在战斗时对地图能有个初步了解。

1.洛阳战场

洛阳的战场分东西两侧，东侧战场有虎牢关，西侧战场为平原地形（如**图7**、**图8**）。从陈留、许昌方向进攻洛阳时，首先将面临虎牢关，守方基本都会在虎牢关里布阵，而且没有可迂回的道路，强攻虎牢关是唯一选择。因为关门离攻击侧本阵很近，作战时关前一般都将有一场恶战，而且要小心部分敌人会无视你的部队直接冲向本阵，由于东侧地图阵很少，对于战法积攒压力比较大。守战则先以虎牢关为依托，蚕食敌人，然后合围歼灭，如果操作得当，可以在虎牢关内右侧山上安置一支伏兵，等敌人主力深入后伏兵冲下山坡然后冲出关外打敌人本阵。



图7：洛阳东　　图8：洛阳西

从宛、长安、晋阳进攻则进入西侧平原地形，西侧地形以平原为主，利于骑兵机动，阵也比较多，比较适合在右侧发动虚诱掩杀战法引蛇出洞进行城外歼灭战，但是同时也要注意右侧城，敌人有可能伏兵出来去攻击进攻方本阵。

2.长安战场

长安的战场同样分为东西两侧，东侧战场有潼关，西侧战场以平原为主（如**图9**、**图10**）。从洛阳、宛方向进攻长安，将面对潼关，不过比起洛阳东侧的虎牢关，潼关更容易攻克一些，而且阵比较多，对于采配的积攒有很大帮助。同样在兵力相当时，要注意敌军会冲本阵的情况。局面比较稳定后，可以派一路北上迂回到长安北面，而主力部队攻克潼关即等于成功大半了，而且突破后也比较利于虚诱掩杀战法的实现。



图9：长安东　　图10：长安西

从天水、汉中方向进攻长安则进入西侧地图，长安西的地图和洛阳西比类似，建议进攻方式也类似。

3.成都战场

成都算是本作中公认难度较大的战场，一方面是战场大，移动距离长，很多时间都花在行军上，另一方面，刘璋军麾下多为弓兵，无论是北侧战场还是东侧战场，弓兵在城墙上的持续攻击伤害都比较让人头疼（如**图11**、**图12**）。从梓潼方向进攻成都，进入北侧战场，北侧战场的优点是可以从北面山路迂回到敌人内城门口，缺点则是阵太少，不利于采配的积攒。进攻方主力部队可在正面吸引敌主力，另出奇兵迂回。守方则要小心迂回路线，如果弓兵多上城墙防守压力会小一些。



图11：成都北



图12：成都东

从江州方向进攻进入东侧战场，东侧战场可以兵分两路分别打两个城门，不过建议一路佯攻，吸引敌部队后另一路全力攻大门，如此反复即可以较小损失攻克，同样守方也可以根据战局出奇兵偷袭进攻方本阵。

4.梓潼战场

梓潼战场分南北两侧（如**图13**、**图14**）。从汉中出兵则进入北侧战场，北侧战场最短路线上有关卡，可以考虑从最南端迂回，不过如果守方在山崖上布置了弓兵，会造成一定损失，所以在最南端通过时一定要快速。北侧战场阵很少，所以需要指挥得当，战法的使用更要慎重有效。

图13：梓潼北

图14：梓潼南

从江州、成都

方向进攻进入梓潼南侧战场，南侧战场相对更为简单一点，不过要注意地图最中央的阵，攻守双方都可以直接采用下山的方式去占领，而中央阵东侧山下的路口往往可能是双方遭遇的地方，如果兵力有优势，进攻方可以一面在中部与敌人缠斗，另一方面奇兵部队可经北侧迂回到敌身后合围。而且最东侧的阵南边也有山崖可以安排奇兵直接下山突击进攻方本阵。另外，襄平战场和梓潼南是一样的，进攻或防守可参考梓潼南战场。

5.汉中战场

汉中战场分东北及南两侧（如**图15、图16**）。从长安方向进攻汉中，进入东北侧战场，这个战场有点类似成都北侧战场。正面是阳平关，可以从战场右侧迂回绕过关门，进攻方同样可以采用正面吸引背后包抄的方式来进攻。守方可以利用城门外阵南边的山崖，弓兵可在崖山射击来阻止迂回部队，也可冲下山崖逆袭进攻方本阵。

从天水、上庸、梓潼进攻汉中则进入南侧战场。南侧战场森林很多，适合枪兵作战，进攻建议兵分两路，一路从西侧沿合走栈道，但是不要行进太远，另一路从森林穿过走东侧迂回，这样的目的是防止敌人从东侧偷袭，进攻方本阵旁边的山崖是可以直接冲下来的，如果东路完全不设防，有可能会被奇袭。同样守方也可以利用这点，将敌人主力吸引在正面的沿江栈道附近，奇兵偷袭敌本阵。

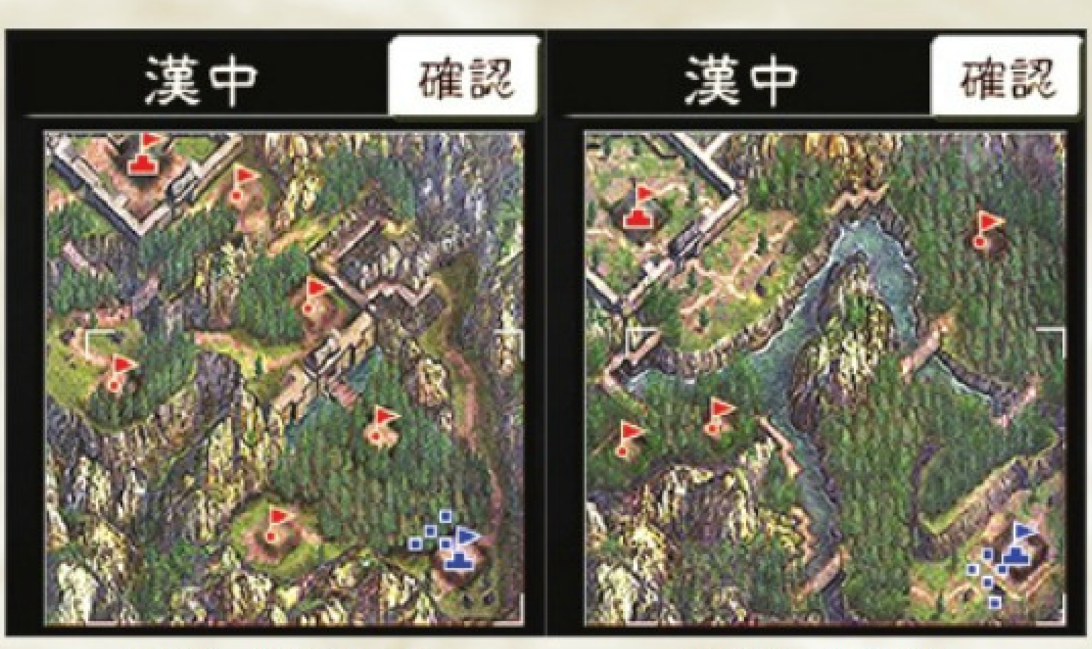


图15：汉中东北　图16：汉中南

6.襄阳战场

进攻方无论是从西部迂回还是从东部迂回都会遇到大面积河滩（如**图17**），如果没有水练特技，守方在河岸高地上用弓兵进行狙击将会给进攻方造成不小的伤害，所以进攻侧一定要考虑用伏兵或有水练特技的武将快速通过。战场上的阵很少，如果能以不大的损失顺利到达城门前，积攒够足够的采配，使用虚诱掩杀战法在城外解决战斗是最理想的，守方则要充分利用地形优势用弓兵先给予敌人大量伤害以减轻守城的压力。



图17：襄阳

7.许昌战场

许昌战场以平原地形为主（如**图18**），虽然可以兵分三路确保阵来快速增加采配积攒，但是在兵力相当的时候敌人有可能在中路倾巢而出集中突破，那就很危险了。如果采用分兵多路方式，建议城西北的高地上的阵先不要急于占领，中部桥梁附近经常会是双方的交战场所。而许昌东门也有可能是守方出奇兵去偷袭本阵，所以东路的防守也要注意。



图18：许昌

8.邺城战场

邺城也有大面积的河滩（如**图19**），虽然邺可以通过只攻打西门进城，但是守方一旦从东门出奇兵偷袭本阵，战局就相当被动。在兵力相当的情况下，可以两路齐进，采用轮流攻城门的方式让守方疲于奔命，主要突破口放在西门比较好。守方可以利用高处的优势在两个城门外的高地用弓兵进行打击，进攻方如果集中大军在东门，可以出西门从西北方偷袭敌本阵。



图19：邺城

9.建业战场

建业对守方而言是相当有利的（如**图20**），中部高地可以用弓兵进行攻击，但也不能过于依赖，因为攻击方经常不会进入河滩地带或在射程外行军，迂回攻击城门，如果没有远射特技或技法，弓兵射程没有研究，会因为射程不够浪费时间和兵力。进攻方即使攻破第一道城门，瓮城里也经常可以用初期在中央高地的兵力和城墙上的弓兵进行夹击。对攻击方而言，如果遇到的是敌人大量弓兵防守会很吃亏，如何快速通过河滩地带以最小的损失快速接近城门强攻是攻击方需要解决的问题。



图20：建业

10.北海、武陵、柴桑战场

该战场属于全面开阔型（如**图21**），大面积的河滩地形，只有城门前一部分是陆地，所以快速通过河滩集中兵力相当重要。东侧进军路线相对河滩地形较少，可以考虑用骑兵快速通过。由于城外没有制高点，守方如果城外进行决战，有可能被攻击方牵制而攻击方迂回到城门强攻，战局会相当不利，守方的重点建议放在城门前的陆地，如果有神速+水练的伏兵，



图21：北海、武陵、柴桑

可以根据战局派去偷袭进攻方本阵。

11.晋阳、零陵、会稽战场

该战场多为森林，是对枪兵相当有利的战场（如**图22**）。对守方而言，初期就可以确保两个阵，对采配的积累也有一定好处。从东侧迂回是攻守双方都会使用到的方式。如果战况在中部比较胶着，守方出东门偷袭本阵也是可行的。

图22：晋阳、零陵、会稽

12.桂阳、北平、天水战场

这是以平原为主的战场（如**图23**），攻击方可兵分三路先占领阵以确保采配积攒。攻守双方兵力相当时，地图中央的阵往往是争夺的焦点，同样分兵也要考虑被敌人一点集中突破的可能性。西北侧山道有可能会成为守方出奇兵偷袭本阵的通道，攻击方要对此留心。

图23：桂阳、北平、天水

13.濮阳、长沙、江州战场

该战场主要以河滩和森林为主（如**图24**），所以没有水练特技进入该战场就很吃亏了。攻击方枪兵部队进入森林地带确保2个阵，但是注意最好不要过桥，以防守方偷袭，通过河滩地带到达城门前的小陆地后，如守方有弓兵，会对进攻方造成不小的伤害。城门前的森林和小面积陆地都有可能被有远射特技和射程提升的弓兵所打击。守方如果兵力足够，可以提前在城外森林里放一队神速+水练的奇兵，等攻击方到达城门时去奇袭其本阵或者配合城墙上的守军在攻击方部队身后进行合围打击。



图24：濮阳、长沙、江州

14.宛、南皮、汝南战场



图25：宛、南皮、汝南

由于中路狭长（如**图25**），诱敌之后三路合围敌人很难逃回本阵，可以说是进行虚掩诱杀战法的理想战场。但是和所有分兵前行的地图一样，一定要需要留心敌人的偷袭，尤其是西侧通过山道偷袭，由于虚掩诱杀战法的主战场离东西两个守方偷袭的出口都比较近，只要处理得当一般风险不大。不过如果守方兵力较多，经常会中路全军出动向攻击方本阵进军，所以初期兵力分散不要太远，要注意守方的动态。

15.江夏、平原战场

该战场西北方的桥梁经常会是攻守双方的决战地（如**图26**），东侧的河滩区域面积比较大，如果没有水练特技想强行通过，遇到敌弓兵损失会比较大。但西北桥梁两边也是河滩，如果敌方有水练特技直接从河滩和桥梁一起进攻，则有可能会被围攻，这点需要留意。守方同样也可以考虑用神速+水练的奇兵通过占领阵和敌人展开拉锯消耗时间，一有机会也同样可以去偷袭敌本阵。



图26：江夏、平原

16.西凉、蓟战场

该战场虽是山地，但多为陆地，适合骑兵高速机动迂回（如**图27**）。中央地带有森林，通过森林时要考虑到遭遇敌人，看似3条进攻路线，其实可以认为是4条。所以如果兵力过于分散，敌人集中一路强攻，对战局相当不利。最短路线是中路，攻击方可在占据中路阵后用虚诱掩杀战法将敌人诱出来，但注意一定要在城门和中路阵之间进行，太靠后的话敌人有可能会直接通过森林去奇袭本阵。同样，防守方可以考虑迂回较远的东北方向用奇兵直接向下偷袭本阵。



图27：西凉、蓟

17.庐江、江陵战场

该战场主要以河滩和山崖构成（如**图28**），攻守双方都可以在山崖上布置弓兵对敌方进行攻击。进攻方最好安排有水练特技的武将进攻，东南方向的小路可以考虑用来偷偷行军到城门前或者包抄到城外的敌军身后，西侧需要通过很长的河滩才可以上到山崖上。没有足够的行军速度攻击方比较吃亏，守方可以在城门外到西北的山崖布阵以弓兵为主的兵力进行防守，尽量消耗进攻方兵力。



图28：庐江、江陵

18.寿春、下邳战场

这是一个道路狭长的战场（如**图29**），不利于大军的展开。攻击方固然依旧可以兵分三路进攻，但是一旦遭遇守方主力部队倾巢而出就变得相当危险，所以兵力



图29：寿春、下邳

和合理分配调度是相当考验攻击方的。东侧进军建议不要冒进，留在桥梁北面的阵边，一旦守方兵力较多从东门出来时，立刻后退回本阵。西侧从山道进军建议用骑兵，这样即使守方从中路进攻也能比较快地回援，中路进军要注意配合其他两路，确保没有风险后再和西侧山道的友军在西北桥梁汇合，同样也可以使用如攻打邺城的方式轮流打城门来调动敌人。守方兵力充足时可以考虑确保东门外的两个阵，一有机会就偷袭攻击方本阵。

19.小沛、新野战场

该战场看似挺大实则很小（如**图30**），地图中部的湖边陆地经常是双方胶着的地方。攻击方在行军时需要留心守方从地图东侧的森林偷袭本阵，所以建议过桥后暂时不要立刻行军，在确认敌军位置后再缓步进军。守方在兵力和兵种配备合适的情况下，可将有神速特技的骑兵派到城外阵的东边即城墙角处，与敌人展开阵争夺拉锯战，有机会亦可直接南下穿过林地攻击进攻方本阵。



图30：小沛、新野

20.永安、上庸战场

该战场只有2个阵，中需要慎重发动战法的战场（如**图31**）。攻击方如果从中路经栈道进军去占领南门外的阵，敌人弓兵在城头会给攻击方造成伤害。如果想迂回从西侧进军，守方一旦从南门出奇兵占领阵并通过山崖急袭攻击方本阵，整个战局极有可能被完全逆转。攻击方可以从东侧迂回，然后待机在弓兵射程之外，中路军可以考虑使用虚掩诱杀战法将敌人引出南门，在栈道附近与东侧军合围敌军，争取实现军团全灭。守方相对更容易，守好南门的同时可以出兵从西门去奇袭攻击方本阵，兵力足够时甚至可以将兵力放在南门外的阵，观察敌军动向，一有机会就从山崖下山急袭。



图31：永安、上庸

21.陈留、吴战场

平原为主的战场（如**图32**）。进攻方需要在本阵边的桥梁附近预先留一定兵力以备防守方有可能出西门偷袭本阵，东侧有两个河滩地带，不过好在并不长，两路保持协调进军，依旧可以采用轮流打城门的方式调动敌人。守方则以东门为防守重点，确保城门外的阵，利用攻击方渡过河滩的时间给予打击，有机会的时候从西门快速出击偷袭攻击方本阵。

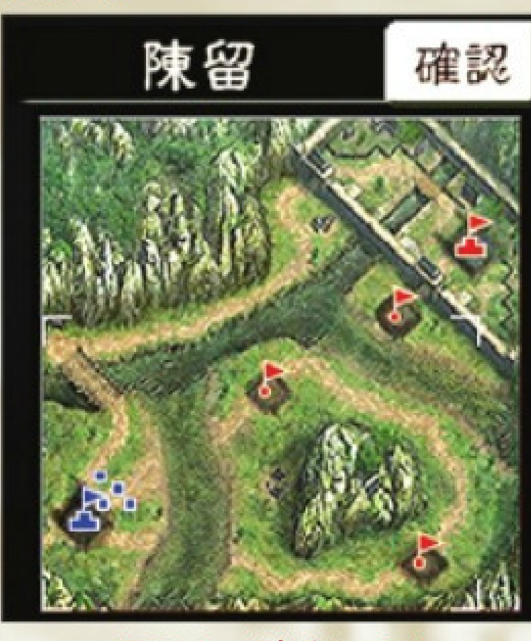


图32：陈留、吴

22.云南战场

云南是没有城门且具有多个山崖的战场（如**图33**），考验的是攻守双方的兵力分配和技术。进攻方最好先夺取离本阵最近的阵，然后从东侧经森林迂回夺取最东侧的阵，之后中路通过河滩夺取山崖下的阵，然后在山崖下待机。一般守方此时都在山崖上有部队，一旦离开这里，守方会从山崖下来急袭攻击方本阵。守在山崖下，如守方冲下来，正好以逸待劳可以全歼，确保战局优势后再循序渐进向守方本阵进军即可。而守方除了可以利用中部的山崖急袭外，本阵东边阵的东边也有山崖可以进军，可以在吊桥上前后夹击彻底歼灭进攻方。



图33：云南

以上是全部40个城池，27个战场的简单介绍，是为了方便玩家在进行游戏时对战场有一些初步的了解，而不至于因不熟悉战场手忙脚乱。玩家在进行游戏时，可以根据自己的兵力、武将配置等自行调整具体的行军方针。活用各种地形，了解地利，行军作战才会事半而功倍。

三国志12 四、新君主开局篇

“三国志”系列中一直有新君主加入的设定，自定义新君主，带领自己喜欢的武将们纵横驰骋在三国时代是很多喜欢“三国志”系列玩家们的梦想。在《三国志12》中，除了传统的481名三国武将和22个中国古武将外，还加入了65个“信长之野望”系列的日本战国时代名将，同时还有一个架空剧本“信长转生”供玩家游戏，这让很多同时喜爱“三国志”和“信长之野望”系列的玩家终于可以来一次大穿越乱斗。

顺便说一下，让不让历史事件发生，对玩家攻略影响还是很大的，如果选择让历史事件发生，有时真会有沧海变桑田的感觉。另外，既是自定义君主带自定义将领，一君主五将领大致算合适，手下将领太多的话难度遽降，太少的话又过于艰难。以下的开局建议，大致都是以适中的难度开局。在以下说法中，电脑AI选高级。

●184年2月 黄巾之乱



黄巾之乱剧本其实新君主放在哪里都比较好发展，如果想图个安稳的发展同时也不干涉正常的历史事件发展，建议西边以成都开局，东边以建业开局。当黄巾之乱历史剧情结束时（张角、张梁、张宝三人均死亡），玩家一般已经收集了大量人才并且占有了大量领地，这时愿意一统天下也好，愿意继续看历史剧情慢慢发展也行。

成都开局向北发展占领汉中，然后占领益州全境并且向襄阳、江陵及荆南四郡（长沙、桂阳、零陵、武陵）进军，这样的好处是可以获得益州的一些内政人才，而且襄阳、江陵一带也有不少人才可以在将来直接发掘出来，只要汉中兵力不太少，董卓、何进都不会进攻汉中。

选在建业开局可以比较快地拿下江东地方，然后向西进军，占据襄阳、荆南四郡，占据寿春会和黄巾军及孙坚接壤，不过只要不是你兵力过于薄弱，这两家都不会主动来进攻你，然后利用大后方的生产力不断充实前线。同时江东一带也不乏内政人才，可以快速积累财富。无论在哪里开局，早期都需要多多开发求贤之策也方便快速收集人才充实自己的实力。新君主或手下的特技建议有名士、人脉、收集，这样在早期可以尽快开发求贤之策和求财之策。

如果不愿顾及历史事件（历史事件关闭），只想“战战战”，那么也有东西两个选择可推荐，东边是寿春，主要的目标是收孙坚集团并趁机占张角的便宜（张角和何进胶着无暇顾及你的）。西边是汉中，目标是收董卓和马腾，雄踞西北争夺天下。不论是哪种选择，初期要迅速发展，别被电脑速推才好。

●190年1月 反董卓联合



该剧本新君主的建立和发展基本和黄巾之乱剧本类似，不过成都已属于刘焉，玩家想限制刘焉的话可以选择在江州建立基业，选在云南亦可，思路就是据天府之国以成大业。西侧的发展路线和之前差不多，可以选择先占领永安、江陵等地，以限制下刘表、孙坚的发展（如果开历史事件的话，孙坚会因进攻刘表而死去，孙策等孙家武将会成为宛袁术的麾下）。发展起来后可以先灭掉张鲁平西北，然后东进进攻荆州，夺取江南，就和184剧本基本一样。在东侧建立基业的话依旧可以选择建业等地，发展方针和黄巾之乱剧本基本一致。如不想干涉历史事件的发生，建议不要以许昌、濮阳为根据地起家。

当然，如果你喜欢热闹，或者对许昌在野的那票人才垂涎的话，也可以选择在许昌起家，根据是有没有开历史事件，发展方略会有不同，不过地处中原，想顺利发展，那就好好地选一家盟友吧。

●195年1月 群雄割据

群雄割据剧本中，可选择的城池少了许多，只有长沙、桂阳、零陵、武陵、上庸、永安、柴桑、江陵、新野、洛阳、汝南及云南可选择，其中洛阳和汝南关系到官渡之战等历史事件。



这个剧本看起来南边都空着，但占哪个城池起家学问很大，想安稳的话就选云南，慢慢蚕食刘璋势力，打法和之前的剧本差不多。如果选在荆州地区，不建议考虑荆南四郡，因为这样刘表和孙策都会有比较大的发展空间，这两个家伙没事还愿意联盟，玩家的日子就最难过了。建议选江陵起家，抓机会占领长沙，限制刘表与孙策，这样荆南四郡就是囊中之物。邻接势力中，刘璋、刘表不足惧，孙策的首要目标是刘繇严白虎之流，玩家积累了实力，怎么打都好说。如果不在乎历史事件的发展，可以选择洛阳、汝南等周围势力比较强大的地方进行挑战。周围面对曹操、袁绍等麾下有不少名人的势力，也很刺激。不建议选上庸，虽只与汉中和襄阳相连，但感觉是在夹缝里难以发展。

●200年5月 官渡之战

官渡之战的剧本中，可选择的城池有长沙、桂阳、零陵、武陵、上庸、永安、会稽、新野、汝南及云南。这个剧本如选史实模式，曹操会轻松捏定袁绍在北方做大，玩家一定要心中有数。玩家选云南的话，同上两个剧本打法区别不大。选荆南四郡的话难度较之前提高不少，因为和孙策、刘表之间的缓冲空间小了很多。



新野开局的难度很大，选新野主要还是盯着刘备手下的那些人才，但要捏灭刘备，同时还不能让周围的曹操、孙策、刘表占到便宜，很难的。

寿春开局不建议玩家尝试，但也并非完全没有出路，办法是先与曹操或孙策中的一个结盟，然后徐图发展，不过玩家初期想顺利结盟，也非易事。

上庸也不建议玩家选用，拿上庸不拿汉中就没什么意义，张鲁倒是好灭，之后的路也不好走。

会稽就算了，除非你真有兴趣和孙策死磕。

●207年9月 三顾之礼

三顾之礼剧本中，可选择的城池只有晋阳、永安、上庸、云南4处。云南的开局依旧和以前类似，这里就不赘述了。不过上庸的开局难度要比以前更大一些。因为刘表很快就会死去，触发曹操南下剧情后，上庸东边的襄阳无论兵力和将领都有不少，上庸很容易被曹操攻击，上庸开局可以以西取汉中灭张鲁为目标，但是夺取汉中后会和长安接壤，也是有重兵压力的危险的。即使不走剧情模式，曹操南下也基本是必然，孙权或可与曹操一战，刘表、刘备基本是无力抵挡的，这一点玩家要明白。

永安开局的难度要小于上庸，永安开局的主攻方向是荆南四郡，优先建立自己的根据地，争取尽快以永安、江陵、长沙一线来对抗曹操、孙权等，只要永安不是兵力太少，刘璋军是不会来进攻的，不过稳妥起见，还是以西川为目标，灭掉刘璋，先占据蜀地以为根本。



至于晋阳起家，则是本剧本中最难的，晋阳城小，发展比较慢，不论是向北意图占辽东还是南下洛阳都非常艰难。这就需要玩家对于整体大局的把握能力更强，同时作战时也需要更多的技巧，而且人才也比较少，抓住曹操的俘虏要严加看管，等其忠诚下降后再招至自己麾下。总之晋阳的开局对于该剧本而言难度的确很大，不建议刚接触《三国志12》的玩家尝试。

●214年6月 益州平定

益州平定剧本中，可选择的城池有云南、上庸、天水、北海、桂阳和会稽。云南的开局看似和以前类似，依旧是以西川为目标，但是实际难度增加不少，因为你要面对的不是刘璋而是刘备了。看似依旧没有怎么变的发展策略，实际操作起来比以前难度大不少，尤其是人才很难录用得到，即便录用也要花不少时间。

上庸的开局和207年剧本西取汉中的方法差不多，但难度更大。想看曹丕篡汉、刘备称帝等历史事件的话，汉中就必须要留给刘备了。东进的话要面对兵力不少的襄阳，压力也比较大，而且上级难度曹操军从襄阳进攻上庸的几率也不小。



桂阳开局的难度也不小，主要在于难以构架比较牢固的防御体系，要是被孙刘一起蹂躏，那就苦不堪言。北海的位置要面对曹操军三面，并不理想，而且也是城小发展比较缓慢。会稽起家就只能和孙权打消耗战了。

有个重要的情况玩家必须注意，此剧本三国鼎立之势已成，玩家就算英明神武，不惧和曹刘孙任何一家单挑，但如果打一家过狠使之实力消耗太多，必为另外两家所图，而哪家做大也不是玩家乐见的，所以“制衡”很重要。加之电脑总爱胡乱结盟，所以玩家必须注意掌控大势。

考虑到制衡的因素，西凉起家是本剧本中比较简单的，而且攻下天水后西凉就是安全的后方基地，此后可虎视汉中，在曹刘争端中赚取各种

好处。此打法就是要初期顶住曹操的骚扰，能打下西凉以后的路就很好走了。

●251年1月 英雄集结



在英雄集结剧本中，可选择的城池有陈留、小沛、汝南、新野、江夏、柴桑、上庸、永安、江州、梓潼。本剧本选择梓潼、上庸、永安、江州等地的开局方式基本和200年以前的剧本开局类似，并没有太难的地方，依旧是以益州刘璋和襄阳刘表为首要战略目标，以益州和襄阳为根据地。不过在面对江陵拥有大量优秀人才的刘备时，要注意进攻的安全与合理性，并且要留心刘备有可能趁玩家兵力薄弱时乘虚来进攻。

如在柴桑开局，发展如比较缓慢会同时面对孙坚和刘备的袭扰，柴桑开局可以考虑先与孙坚结盟，然后向西吃掉荆南四郡并灭掉刘备、刘表，以荆州地区为基业，然后可以在盟约到期后反攻孙坚，平定江东。这样就有了充足的人才、钱粮和军力，统一天下只是时间问题。

江夏、新野开局的方式比较类似，都是尽早拿下襄阳，灭掉刘表，然后消灭刘备，尽快将荆州地区纳入自己版图，江夏开局也可以和刘备结盟，抢先占领柴桑，以会稽、吴、建业为首要目标，先定江东再消灭庐江的孙坚，亦可占据柴桑后以柴桑开局的方式一样袭取荆南四郡，消灭刘表、刘备。小沛、汝南开局的话，要以袁术和陶谦为首选目标，初期不要招惹吕布、曹操这些实力强大的势力。消灭掉陶谦、袁术后，可以根据情况下江东夺取建业等地，再消灭孙坚，这样以江东为大后方，以下邳、汝南、小沛为前线，顶住吕布、曹操，同时尽快夺取整个荆州并获得大量人才，就可以稳定的与曹操、吕布等强敌对抗。

如在陈留开局，周围最大的威胁是曹操和吕布，建议与曹操结盟，然后北上进攻位于邺的韩馥，获得张郃等人，然后西取洛阳消灭何进，可以获得皇甫嵩、卢植、朱儁三杰，这样以邺、洛阳两个大城池为基础根据地，巩固自己的势力，北取晋阳，南攻宛城，西克长安司马懿，都是可行的，不过要注意西取长安司马懿时，战场的指挥要合理得当。

本剧本中，虽然不少优秀的人才已经是仕官状态，但是未发现和在野的依旧有不少二线人才，所以求贤之策在开局期间争取可以研究使用，而求财之策在整个开局的中前期也是重要的，所以如有名士、人脉、收集等特技依旧需要考虑。



●251年1月 信长转生

该剧本中，日本战国时代的大名有织田信长、武田信玄、上杉谦信、岛津贵久、伊达政宗，其他战国武将基本都在这些已有战国势力周边属于未发现状态。本剧本中可以选择的城池有永安、上庸、梓潼、新野、江夏、柴桑、会稽、建业、汝南、陈留。本剧本的打法与“251年1月 英雄集结”差别不大，但要注意，日本的战国大名，手下将领不弱，比之一般的君主更难打些，但是捏灭他们，也可得不少人才。

本剧本中有大量未发现的优秀人才，所以新君主开局的求贤之策一定要多加利用。尽量在早期就确立一定的人才优势，这样对日后的建设和扩张都相当有利。P



数字三國志

■晶合实验室 蓝星、Joker

大约是8年前，在光荣的《三国志Ⅹ》上市后，本刊为了纪念为了总结也为了猎奇，推出了“数字三国志”这篇专题（刊登于2004年第17期）。专题刊出后，受到了广大读者朋友们的一致好评。当时我们觉得，从“数字”的角度来研究“三国志”系列的构架和设定，确实是件很有趣的事情。然而自2006年《三国志11》上市后，“三国志”系列的后续产品一直就没了下文……

这一等就是6年，如今《三国志12》的上市，让我们重新有了再一次从“数字”角度来研究“三国志”系列的动力。《三国志11》和《三国志12》在游戏构架上与之前的10代产品相比，都有着巨大的变化。所以，尽管同样是从“数字”出发，上次专题中给出的很多切入点，有一部份在当前需要进行较大的调整，而有些则已经不太适用，不过好在新的切入点并不少，有些还极有趣呢。本次的专题，我们依旧把它叫做“数字三国志”，如果您看过8年前的那篇专题，那么本篇专题可以看做续作和补充，如果您没看过8年前那篇专题，也不要紧，本篇专题独立成文，所表述的也一定是您感兴趣的东西。

数字化人物

按照上次专题的路子，我们先要对将领的参数系统进行研究。“三国志”系列在7、8两代去掉人物的“统率”参数后，出了很大的乱子（智将的武力偏高）。在之后的4代产品中，统率和武力才算真正地分开了。所不同的是《三国志Ⅸ》和《三国志12》中没有魅力参数，而在《三国志Ⅹ》和《三国志11》中，是统率、武力、政治、智力、魅力5项齐全的。我们现在要讨论的问题，就是完善的人物参数系统到底该是什么样的？魅力参数是否应该保留？

魅力去留是非谈

对于魅力去留这个问题，在本刊6月中的“三国·多人评”专题中有所涉及，只是不够全面系统罢了。按“事后诸葛亮”的路子，9代和12代在去掉“魅力”参数后，似乎没有像之前7、8代去掉统率时那样在人物平衡性及合理性上出太明显的问题，但事实上真是这样吗？

“三国”题材之所以深入人心，其根源就在于“英雄崇拜”，玩家们在玩三国时，是投注了自己的情感在里边。以《三国志11》为例，我们看邓芝和杨仪这两名蜀汉中后期的将领，邓芝的统率73、武力52、智力81、政治85、魅力88，杨仪的统率68、武力40、智力82、政治79、魅力23。邓芝的参数虽高于杨仪，但游戏中实际作用差不多。然而考究到魅力层面，那可是天上地下。如今《三国志12》没了魅力，虽然没太多实际影响，但黑的白的没有区别，奸佞和忠贞也没有区别，玩家则有可能很不爽。

不爽的其实不止是玩家……大家都知道，陈寿在《三国志》中将贾诩和荀彧、荀攸同编，列于魏志谋臣首传。评之曰：“荀彧清秀通雅，有王佐之风，然机鉴先识，未能充其志也。荀攸、贾诩，庶乎算无遗策，经达权变，其良、平之亚欤！”对贾诩的评价那是相当的高，但后世史家对此则众说纷纭。

评注《三国志》的裴松之针对陈寿的评注又加了评，他说“臣松之以为列传之体，以事类相从。张子房青云之士，诚非陈平之伦。然汉之谋臣，良、平而已。若不共列，则余无所附，故前史合之，盖其宜也。魏氏如诩之俦，其比幸多，诩不编程、郭之篇，而与二荀并列，失其类矣。且攸、诩之为人，其犹夜光之与蒸烛乎！其照虽均，质则异焉。今荀、贾之评，共同一称，尤失区别之宜也。”

这段儿比较长，我大致解释一下：裴松之认为放在一起做列传的人，应该是各方面都差不多的。陈平在人品方面和张良没得比，《史记》将他们同列一传，是因为刘邦手下就这么两个像样子的谋士。而曹操手下，像贾诩这样的谋士很多，他和荀氏叔侄并列一传不合适，应该和程（昱）郭（嘉）并列。贾诩和荀攸比，如烛光比之夜光——“其照虽均，质则异焉。”

我们知道，无论是荀彧、荀攸，还是贾诩、程昱、郭嘉，都是顶尖的谋士，裴松之强调的只是人品和德行（其实也就是游戏中的魅力参数）的区别。当然，李傕郭汜乱长安一事，要让贾诩负责，是否公允，这里不再议了。

所以，魅力值的存在就是来彰显一个人物善恶度的，在“三国”这样的游戏里，确实有保留的必要。

虽说“魅力”有存在的必要，但9代、12代将其去掉自也该有其道理。首先是魅力不如统率等4项参数作用大，其次是魅力数值的设定目前还没有严格的标准。所以要保留魅力参数，就要解决这两个问题。先是将“魅力值”与游戏中一切需要“人品”的地方挂钩，让魅力值的作用落在实处。至于魅力值的设定标准，也是史实和演义都要参考——刘备的魅力99就算合理，曹操的96只怕偏高了（演义里骂曹操不说了，就史实而论，曹操的徐州屠城是大失民心之举，也是曹操一生洗不去的污点）。以上只是举例，不过对三国中形形色色的人物，定这样一个统一的标准，其实也挺难的。

高魅力人物的今与昔

以上说着枯燥，下面讲个有趣的话题——我们找出了《三国志11》中魅力靠前的将领（魅力值85以上），看看他们在没了魅力值的《三国志12》中的整体表现，受到去掉魅力的影响，他们是变强了还是变弱了呢？当然，说到在游戏中变强变弱，则不能光比参数，技能体系也是要考虑的，我们在下文所表述的，正是一个综合考量的结果。

为了表述清楚，我们将这些高魅力将领先按性别区分一下，其中男性将领有32个（括号中数字为魅力值），他们是：刘备（99）、张角（98）、曹操（96）、孙权（95）、周瑜（93）、荀彧（93）、关羽（93）、诸葛亮（92）、孙策（92）、刘虞（92）、孙坚（91）、陆逊（90）、袁绍（90）、诸葛瑾（90）、羊祜（89）、鲁肃（89）、马腾（89）、张鲁（89）、曹真（88）、邓芝（88）、曹叡（88）、司马懿（87）、陆抗（87）、司马攸（87）、孙登（87）、马良（86）、魏讽（86）、程普（85）、司马孚（85）、刘焉（85）、张嶷（85）、糜竺（85）。

女性将领有8个，她们是：貂蝉（94）、甄氏（94）、小乔（92）、大乔（92）、邹氏（89）、卞氏（87）、孙尚香（86）、蔡琰（85）。

不难看出，女性将领的魅力值基本是和美丽度挂钩的，和她的言行作为基本没有关系。而男性将领的魅力值，则显然不是“帅哥度”了，这也正是我们在上文中提到的魅力值的设定标准问题。

从参数总和排名的角度来看，这些高魅力将领中，差不多所有女性将领和大部分男性将领的排名都会有一定程度的下降，比如刘备从总第18名（11代）降至第23名（12代）。但是考虑到本代的人物除了参数外，还有战法和特技两大系统，所以变强变弱还是该综合评定一下。

刘备、曹操、孙权、周瑜、关羽、诸葛亮、司马懿、貂蝉，这8位有了独有的战法，无疑是没有变弱（至于关羽11代的“神将”与12代的“千里行”哪个强这样的问题，这里就不细究了）。

除貂蝉之外的另外几名女性——大乔、小乔、邹氏、卞氏在11代中的技能都是没太大用的“奏乐”，本代战法则分别是“全军速攻”“机动力弱化”“智力低下”“全防御强化”，虽然依旧是辅助性技能，但作用不可同日而语，蔡琰的火计更是没有多少人会的强力战法。总体来讲，女性将领虽大多低统低武（孙尚香是个例



12代中貂蝉的特技“美女连环”，和吕布的“人中吕布”还真是绝配

外），但战法设置却很好用，政治智力也都不低，也能成为不错的内政官员。所以结论依旧是：至少她们没有变弱。

其他上榜将领我们不再一一分析，虽然高魅力不等同于高能力，但重合度还是比较高的。除了刘虞、孙登、张邈这样空有魅力的以外，大部分人的作用还是变强了。值得说说的是张鲁和糜竺两位，在11代中是的技能是“米道”和“富豪”，为玩家聚草存粮甚是好用，在12代中作用就差些了。

还有两位比较特殊——魏讽、司马攸，这两个人在12代中不见了，关于这个问题，我们下文会有专门讨论。



12代去掉魅力值后，刘邦的参数做了大幅度的调整

综上所述，可以得出结论：首先，在《三国志12》中，因战法和多特技的人物设定模式，强将变得更强；其次，我们虽不赞成砍掉魅力值，但去掉魅力值在《三国志12》这个体系中影响不大，之前传统意义的高魅力将领在本代中基本上都变强了。这种“变强”可能正是光荣刻意追求的效果，让玩家不会对“去掉魅力参数”的举措有太强的反弹。想想看，如果刘皇叔没了高达99的魅力，也没配上这个逆天的“义勇军”技能，玩家会是什么反应?

最后，追加一个补充说明，说起高魅力，大家都知道刘备是99，但他不是最高的，最高的是他的祖宗刘邦，魅力是100。下面，我们来对比一下刘邦在11、12两代的数值。

在《三国志11》中，统率67、武力66、智力44、政治58、魅力100，特技是“强运”，不会战死、被俘，刘禅也是这个。

在《三国志12》中，统率87、武力70、智力59、政治83，战法是义勇军。

看看吧，去掉一个100的魅力，也得给个“义勇军”，还要被迫调高参数（又或者是光荣觉得刘邦的参数本来就该是这么高，因为之前给了个魅力100，就可以肆意压低些，调侃一下古人？），“代价”有多大……

历代将领参数排名及评估分析

下面的话题，也许是大家最感兴趣的——TOP20，各项数值总和排名前20的将领，以下分别是11代和12代的数据，参考值相同者为并列名次。

●《三国志11》TOP20

名次	武将名	参数值
1	曹操	449
2	周瑜	443
3	司马懿	437
3	陆逊	437
5	关羽	422
6	孙坚	421
6	邓艾	421

名次	武将名	参数值
8	诸葛亮	417
9	姜维	416
10	孙策	415
11	羊祜	414
12	陆抗	413
13	赵云	409
14	鲁肃	407

名次	武将名	参数值
14	孙权	407
16	徐庶	402
17	程普	401
18	刘备	399
18	张辽	399
20	陈泰	398
20	郭淮	398

注1：参数值为统率、武力、智力、政治、魅力5项参数的总和。
注2：本代中吕蒙有个成长的过程，参数剧增，所以没有列入排行。

●《三国志12》TOP20

名次	武将名	参数值
1	曹操	356
2	司马懿	352
3	邓艾	350
3	周瑜	348
5	陆逊	345
6	吕蒙	339
7	姜维	338

名次	武将名	参数值
8	孙坚	336
9	关羽	335
10	赵云	334
11	孙策	332
12	诸葛亮	331
13	陆抗	326
14	陈泰	325

名次	武将名	参数值
14	羊祜	325
16	徐庶	324
17	张辽	323
18	鲁肃	322
19	郭淮	321
20	贾诩	318

注：参数值为统率、武力、智力、政治4项参数的总和。

我们在做前10代的数据统计时，曾说过参数平均到80左右是入选TOP20（被称为名将）的必要条件，比对11、12代数据，这个结论也大致成立，11代的并列20名郭淮和陈泰平均参数为79.6，12代的第20名贾诩平均参数为79.5。

纵观这两代的数据，对比一下可看出以下问题：

1.蜀国人物因去掉魅力参数，排名均有一定幅度的下降，皇叔已经跌到20开外。

2.魏国人物因去掉魅力参数，排名大多有所上升。具体说到个人，邓艾进入三甲，算是个飞跃，吕蒙第六名也是不小的进步（不过吕蒙有些特殊，毕竟有“吴下阿蒙”这个典故在），不过要说突出进步奖，我们还是要授予贾诩。历来贾诩都是顶尖的谋士，只因武力和魅力的双重短板，排名上一直很不理想，12代去掉魅力后，贾诩就一举进入了前20名。

按照上次“数字三国志”的路子，我们还应该排出单项进步奖，本次我们虽没有取消这些个奖项，但“三国志”自7代开

始大量参考正史作为人物评价的标准后，人物评价体系大体定型，已经少有那种某些将领的某些数值大幅度调整的情况了。

唯一值得一提的是，一票猛将的统率参数都有明显提升，可以授予他们一个突出进步奖。大家看看下面的数据，我们选出的是7位知名猛将，比的是他们在9～12代中统率参数的变迁（武力参数作参考，不含各种附加值）。

武将	9代		10代		11代		12代	
	统率	武力	统率	武力	统率	武力	统率	武力
吕布	94	100	95	100	87	100	97	100
文丑	82	95	82	95	78	94	89	93
张飞	83	98	86	98	85	98	94	98
许褚	66	96	67	96	65	96	74	96
周泰	81	93	76	91	76	91	84	91
徐晃	84	91	89	91	88	90	91	90
华雄	78	93	81	93	81	92	88	92

由上表可以看出，这些猛将的统率值具有明显的上升趋势，12代吕布的统率是97，已经是并列第4位（同关羽持平），张飞的统率是94，已是并列第10名（同样统率94的还有孙坚和陆逊），像许褚、文丑、华雄也是统率猛涨，而且这不是个别现象，所以本次唯一的单项突出进步奖，应授予这个猛将团体，他们是当之无愧的。

事实上，经过从《三国志Ⅶ》开始的正史考证风潮后，又经历了8、9、10、11几代磨合，将领的参数评估体系已经慢慢的固化下来，能臣良将大致分成了几个类型，以下分别点评一下。

大家可以看看下面两个将领在《三国志12》中的参数情况——

诸葛亮：统率98、武力38、智力100、政治95。

荀彧：统率62、武力14、智力95、政治98。

这两个人都是顶尖的军师，从参数上看，区别最大的是统率这个数值。就是这个差别，就将领的参数评估体系来看，使这两个人成为了两类人的代表，这两类人可以简称为“儒帅”和“谋主”。第一类人以曹操、司马懿、陆逊、周瑜等人为代表，都是有长时间的一军统帅经历的，而第二类人以荀彧、郭嘉等为代表，大致是纯粹的幕后摇羽扇的角色，统率值稍低也在情理之中。当然，这两类人也没有太严格的界限。

猛将方面的情况也差不多，一类是“智将”，代表人物是关羽、赵云、张辽等，特点是高统高武，智力也不差（70多），政治低些，也有五六十的。第二类是“猛将”，以吕布、张飞为代表，高统高武，智力和政治就没法看了。上文已经提到此类将领统率值普遍提高的现象了，这其实是光荣在将领的参数评估体系定型方面一个比较大的举措，之后低统率高武力的将领只怕很难见到了。

内政系的人物也有自身的模型，也可分为两类，一类是“政治达人”——张昭、张纮、陈群、顾雍算是比较典型的，是低统低武，智力说得过去，政治很高。另一类则是普通文官，低统低武，智力政治也都70左右，这部分人其实却是内政的主力，尤其是12代这种处处需要人值守的体系。

除此之外，还有些万金油似的人物，特点是各项参数平均，当然这类人物也分三六九等，顶尖的多是三国中晚期才出的人物，像郭淮、陈泰之辈，总参数甚至能排到前20名。

再往下说就是废材武将和废材文官的构架，当然还有以刘禅为典型的“四一居士”构架，这里就不再多说了。

将领的参数评估体系固化定型，有其好处。首先是光荣省心，对人物有个大致的品评，然后照着构架套用一下就行了。其次是玩家也省心，大概看着就可以给他派个用场了，对于12代这种挑不同人干不同事情这样的体系，似乎也更合用。只是这个体系长久下去，知名将领倒不用担心，普通将领只怕会个性泯灭，去除了魅力参数后，情况更是如此，光荣在他们的参数设定问题上更不用心，极可能会被批量化处理。

十八路诸侯渐凋零

在2004年的“数字三国志”中，我们把十八路诸侯中比较没有名气的韩馥、王匡、袁遗、孔伷、张邈、鲍信、刘岱、乔瑁、张扬、张超，做了各代中的参数对比，依照惯例，我们再来看看这几位在11、12两代中的表现，当然，结果是啼笑皆非。

●《三国志11》

武将	统	武	智	政	魅	总和
韩馥	13	3	27	62	60	165
孔伷	26	16	68	78	64	252
刘岱	53	65	32	54	42	246
王匡	65	55	61	70	80	331
张邈	52	53	70	74	85	334
乔瑁	54	45	69	72	73	313
袁遗	56	40	73	76	70	315
鲍信	77	67	81	73	78	376
张扬	72	70	62	58	68	330
张超	没有出现此人					

以上诸位在11代中的参数，与10代的参数相比，大体上是每个人都微调了一下（不调的话光荣怕你说它偷懒），但幅度都不大，看起来光荣已经大体将这些人物定型了。到了《三国志12》，上面提到的诸位，只有韩馥、张邈（不是作为君主出场）、张扬出场，怎么样？惊喜吧！不知道光荣在想什么……早期将领多做个袁遗、刘岱啥的会死吗？

● 《三国志12》

武将	统	武	智	政	总和
韩馥	28	3	29	64	124
张邈	52	53	71	74	250
张扬	72	70	66	58	266

对比三位的参数，似乎都稍有提高，不过这也算不上有说服力的结论，只能期待光荣在威力加强版中将缺的人补上。

从670到481

大家都知道，“三国志”系列历代以来，出场的将领数大致是逐代增加的，在《三国志11》中出场的将领大约是670位（不算古武将），然而到了《三国志12》，将领人数锐减到481人，这是怎么回事？被减掉的将领大都是些什么人呢？

为了能够比较量化的说明问题，我们先将将领按出生年份来划分，考虑到20年算是一代人，大致分以下几个年龄段——165年之前，166～185年，186～208年，209～234年，234年以后。

以上这几个年龄段的设定是这样考虑的，曹操生在155年，刘备是161年，下限设在165年，考虑的就是曹操这一代人。第二年龄段的185年下限，是将司马懿、诸葛亮、孙权、陆逊这一代人都囊括其中。208年是赤壁之战的时间，以此分段也算有说辞。同样234年是诸葛亮病逝之年，其后天下大势也有太多的变化。

● 《三国志11》武将出场人数的数据如下：

165年之前：200人出头
166～185年：接近200人
186～208年：160人左右
209～234年：100人左右
234年以后：20人左右

● 《三国志12》武将出场人数的数据如下：

165年之前：接近200人
166～185年：接近170人
186～208年：100人出头
209～234年：13人
234年以后：3人

以上数据统计并非十分精确，但说明问题已经足够。可以看到，185年之前生人，12代的出场人物只是略少于11代，186～208年期间生人，12代的出场人物只有11代的2/3，而209年之后生人，12代出场的只是11代的零头。

那么，减少的人物都是些什么人呢？除了明显生得晚的那一票，受害最大的群体是“官二代”，比如郭奕（郭嘉之子）、典满（典韦之子）、张虎（张辽之子）、乐琳（乐进之子）、太史享（太史慈之子）、赵统和赵广（赵云之子）等人都不见了踪影，只有钟会、关平、张苞、陆抗这样最知名的留下了一些。

《三国志12》如此古怪的人物年龄分布比例，说明光荣并非是有意识有步骤地缩减将领人数，如果是有意缩减，那应该采用的手段是各个时期均匀地去掉一些相对不重要的人物，不可能是如今像割尾巴一样砍掉那么多后期人物。我想之前大家可能也注意到了《三国志12》中214年剧本后再无史实剧本这个奇怪的现象，可这到底是为了什么呢？

考虑到光荣曾两度推迟《三国志12》的上市日期，可能会令人吃惊但最接近事实的结论是——如此多的人物半身像，实在画不过来了，为了不至于拖期太久，只好忍痛放弃了后期剧本和后期人物。为此光荣还特意弄出了65个日本战国武将乱入进来填补，这些武将的头像可是不用再画的了……

当然，读者朋友们可以质疑我们的结论，我们也无绝对正确的把握，但“三国志”系列历来有出威力加强版的习惯，等到时如发现威力加强版中增加了一大票后期将领并增加了至少两个后期剧本的话，那我们上述之言就不虚了。也许在我们赶写这段文字时，光荣的画师也正赶着画很多人物的半身像呢。

中国三国VS日本战国

前文提到，光荣为了填补将领数过少的窘境，乱入了65名日本战国武将，之前“三国志”系列和“野望”系列各自为战，将领参数设置体系也不尽相同，所以一直没有什么横向比较。如今乱战在一起，那么自然要比一比。不过本文的主讲内容是“数字三国”而不是“数字日本战国”，所以尽量简短，只说些结论性的内容。

从各项数值总和上来看，三国人物中曹操最高，为356，日本战国武将中超过这个的有织田信长（363）、德川家康（360）、武田信玄（357）三人（实际上武田信玄的参数设定还是有所收敛的，在“野望”系列中，他大抵是要全90以上的）。但综合考虑战法和特技之后，我们认为还是曹操更强一些。

在单项数值前5名方面（有并列第5则只写一个），日本战国武将统率前5名是上杉谦信（100）、武田信玄（98）、立花道雪（97）、织田信长（96）、真田幸村（94），三国将领是曹操（99）、司马懿（98）、诸葛亮（98）、关羽（97）、吕布（97）。日本战国武将武力前5名是上泉信纲（99）、真田幸村（97）、上杉谦信（96）、岛津义弘（96）、柳生宗严（96），三国将领是吕布（100）、张飞（98）、关羽（97）、马超（97）、赵云（96）。日本战国武将政治前5名是北条氏康（98）、羽柴秀吉（97）、德川家康（96）、石田三成（95）、毛利元就（94），三国将领是荀彧（98）、张昭（97）、陈群（96）、诸葛亮（95）、张纮（95）。日本战国武将智力前5名是毛利元就（98）、竹中重治（97）、斋藤道

三（96）、黑田孝高（95）、真田幸隆（95），三国将领是诸葛亮（100）、司马懿（98）、贾诩（97）、庞统（97）、周瑜（96）。

数据一目了然在这里，综合考虑战法和特技之后，也是三国将领略有优势。可见，光荣在日本武将参数设定方面还是用了些心思的，你只要找出“野望13”对比即可知。玩家们似也不必纠结于此，吕布VS本多忠胜，本来就是个热闹，大家热热闹闹地玩就是了。

数字化势力

在2004年的“数字三国志”中，我们对势力的评估选用了两个剧本，一是十八路诸侯讨董卓，二是五丈原丞相归天。前一个不说了，虽然在12代某些诸侯因出场费问题拒绝出场，毕竟还有这个剧本，后一个剧本在11、12两代都没有了，如此重要的剧本，居然接连两代都没有，还真是搞不懂光荣是怎么想的。考虑到我们考察这个剧本的目的在于做魏、蜀、吴三国的综合实力对比，而《三国志12》中214年的剧本设置又明显失衡，所以我们最终决定采用《三国志11》中217年汉中争夺战的剧本来做相关统计。

十八路诸侯讨董卓

●《三国志11》诸侯与董卓实力对比

诸侯	城	将	金	粮	兵
韩馥	1	7	5600	54 000	26 000
孔伷	1	2	3800	42 000	22 000
刘岱	1	3	5000	52 000	24 000
张扬	1	6	4200	48 000	24 000
袁绍	1	24	4200	48 000	28 000
袁术	1	20	4000	48 000	27 000
公孙瓒	1	11	4000	54 000	26 000
曹操	1	15	4800	48 000	19 000
孔融	1	4	4200	46 000	22 000
马腾	1	10	3800	50 000	24 000
孙坚	1	12	4000	44 000	21 000
陶谦	2	11	4000	52 000	21 000
合计	13	125	51 600	586 000	284 000
董卓	4	30	46 400	427 000	183 000

注：王匡、张邈、乔瑁、袁遗、鲍信不是作为君主登场的。

我们在2004年的“数字三国志”中曾经分析过，十八路诸侯总共有多少兵马呢？“演义”中并没有明确的数字，只说“诸路军马，多少不等，有三万者，有一二万者”，具体说明的有两家：“袁绍引兵三万”“北平太守公孙瓒，统领精兵一万五千”，如按此计算，总数大约是接近30万人马，不过每个诸侯的兵都是20 000挂零，这就有些大锅饭搞平衡了。再来看董卓方，先是派华雄领“马步军五万”迎战，后来董卓“遂起兵二十万，分为两路而来”，人马应在30万以上。也就是说按《三国演义》之记载（这里不能按《三国志》来，因如按正史，十八路诸侯中有几个根本没有参与打董卓），董卓的实力应比诸侯联军加一起还要强一些，但考虑到游戏的平衡性，肯定不能这么设定，11代将诸侯总兵力定在284 000，董卓的兵力定在183 000，这实际上已经是考虑到游戏平衡性后的最倾向于董卓的设定了（6、7、8、10几代中，董卓的兵只有联军的1/3），可能也是若干代以来最接近于实际数字的设定了。

●《三国志12》诸侯与董卓实力对比

诸侯	城	将	金	粮	兵
韩馥	1	7	8900	17 000	14 000
张扬	1	4	8860	18 000	15 000
袁绍	1	20	9010	35 000	32 000
袁术	1	12	8440	30 000	27 000
公孙瓒	1	11	8740	21 000	18 000
曹操	1	13	9220	19 000	16 000
孔融	1	4	9030	17 500	14 500
马腾	1	10	8870	27 000	24 000
孙坚	1	10	9010	23 000	20 000
陶谦	2	10	12 250	24 000	19 000
合计	11	101	92 330	231 500	199 000
董卓	3	30	15 010	75 000	65 000

注：张邈不是作为君主登场的。

本代诸侯的总兵力接近20万，比11代少了些，但考虑到11代中有12位以君主身份登场，而12代中只剩下10个，那这个数字也可接受。同时，本代的数字也很好地体现了“有三万者，有一二万者”，兵数有一定落差，避免了大锅饭。但董卓的兵力缩水到65 000人，又回到了6、7、8、10几代中3：1的比例了，对此我们也不好做什么评价，毕竟整个战斗模式有了巨大的改变。

顺便说一下，11、12两代没有了人口参数，也没有其它直接限制征兵的设定。11代中还好，就算是大城兵上限也就是150 000，12代里可好，到了游戏中后期，电脑要是在哪个城里屯上几十、上百万兵啥的，你千万别吃惊……

汉中争夺战

汉中争夺战这个剧本，实际上还存在孟获这个势力，为了对比魏、蜀、吴三国的综合实力，我们做主将孟获的势力加到刘备一方，具体数据如下：

势力	钱	粮	兵	城	将
曹操	62 000	626 000	279 000	21	98
孙权	23 000	230 000	111 000	8	56
刘备（含孟获）	31 000	314 000	158 000	9	79
刘备（不含孟获）	26 800	268 000	134 000	8	75

从数据来看，曹操的势力略强于刘备+孙权两家的，这是符合实际情况的，只是刘备势力在各方面都超过了孙权势力，这个值得商榷。

数字化城池

“三国志”的城池体系，从11代开始有了全新的调整，这种调整用一句简单的话来概括就是——“大城”不是像以前那样有良好的基础而便于发展，只是提供的发展空间更大。以洛阳为例，10代及之前的游戏，大致的构架是开发值是多少、商业值是多少这样，只不过洛阳的起点比较高，占据这里的君主一开始就可以有更多的钱粮收入。到了11、12两代，城池不再有类似开发值、商业值这些基本的参数设定，而是提供若干块可选择建设各类设施的空地，而洛阳的优势就在于比一般别的城池空地多而已。这种设定使占据这里的君主初期谈不上有什么优势，但是发展速度和发展空间都较大，越往后发展优势就越大。

这两种城池设定体系，也难说哪种更科学合理，因体系不同，甚至没有办法量化比较。11、12两代都采用“城池特色”这样的概念去界定城池。11代里城池的特色是产马、产兵器等，而12代则是商业、农业这样的路数。以11代和12代对比，区别是一个建在城外，一个建在城内，可建设施的名目也不尽相同，而核心区别在于“是否需要将领值守”的问题。如果说11、12两代还能有一个数字能反映城池的情况的话，那么这个数字就是该城用来建造设施的空地有几块。11代里城还有个城防和治安民忠值，12代连这个都省了，很多玩家说12代的内政体系被简化，其实被简化的只是城池构架体系而已。


这是12代里的洛阳城，看着就很繁华，可以建12个内政设施


这是11代中的洛阳城，周边可建设的空地相当多

结　语

实际上，在我们打算为8年前的“数字三国志”专题做此续篇时，就非常清楚：即或真的只是出于补全的目的来做续篇，这个续篇的内容也会大异于原来的专题。因为时间改变了很多东西，“三国志”不再是原来的“三国志”，玩家也不再是原来的玩家。我们在6月中旬刊的专题里也说到过，光荣在中断6年后又推出了“三国志”的续作，但实际上，你可以把它看成全新的作品，一个新的开始。或许，给我们期待的是光荣的不放弃和玩家的难以割舍，这样的话，我们还可以把“数字三国志”这个话题继续下去。

日本游戏失掉自信力了吗？

■ 山东 hjpotter

一 猫车上拖着的王国

稻船敬二说，日本游戏完了。

稻船大魔王何许人也？这位CAPCOM的资深游戏制作人曾参与《洛克人》《生化危机》等多个游戏项目，随后主持开发了《鬼武者》，一举奠定自己在社内的地位。他在进入次世代之际，力主公司投入大量资金开发了次世代通用引擎MT Frameworks，并利用这个引擎开发了《失落的星球》等一系列高清游戏，使CAPCOM一跃成为高清游戏时代的日本领头羊。


对日本游戏又爱又恨的稻船敬二

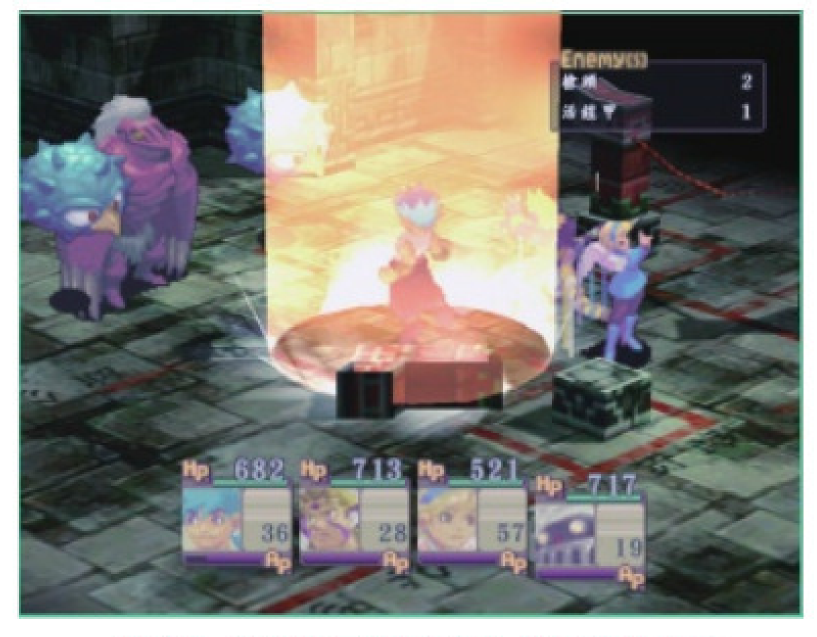
稻船的感慨在日本掀起了轩然大波，很多人认为这是危言耸听。但事实渐渐击碎了很多人认为日本游戏依旧是天下第一的幻想。日本游戏现在不光是画面表现力，在内容的丰富度上也赶不上欧美同行们。有些公司甚至把内容都做到光盘里，却用收费DLC解锁码的形式不择手段地敲诈玩家们的腰包。曾经横行各大欧美销量榜的日本游戏也在逐渐消失，只能在越来越萎缩的日本市场中苟延残喘。如IGN之类的欧美游戏媒体，更是不吝惜用低分和刻薄的字眼对日本游戏冷嘲热讽。



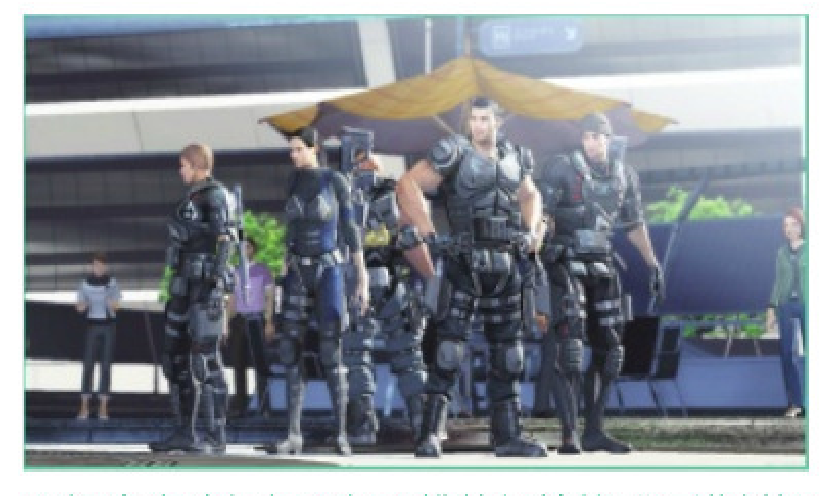
“时之笛”是游戏界永恒的经典

日本游戏原本的辉煌尽人皆知。雅达利的游戏帝国梦粉碎后，任天堂、索尼和世嘉，三家日本游戏机厂商垄断了电视游戏这个领域数十年。这期间日本游戏呈百花齐放之态。从主角只会横着走的《勇者斗恶龙》发展到画面表现力震惊了全世界的《最终幻想Ⅶ》；耗资7000万美元以上的自由度超高的《莎木》；毫无争议的史上最佳游戏《塞尔达传说——时之笛》；拥有超高艺术感染力的《ICO》和《大

神》；可以让汽车制作厂商倒贴钱来开发的拟真游戏《GT赛车》……璀璨的日式游戏长河中有着无数的人气系列，单是二线RPG就有《妖精战士》《荒野兵器》《浪漫沙迦》《格兰蒂亚》《龙战士》等各有一批死忠支持的系列。


《龙战士》等二线RPG已经难觅踪影


我们还能见到《最终幻想 Versus 13》的上市吗


明知会失败但却不得不挑战打枪的《二进制领域》



外语能力不足使得日本游戏很难放眼世界



一梭子子弹打不死一个人的《浣熊市行动》

PS2时代的结束，就是日本游戏衰落的开始。开发商们无力承担高清游戏的高额开发费用，技术力较为低下的掌机成为了他们的主战场。红火的掌机市场的背后，是厂商们高清游戏开发经验的匮乏，日本游戏很难得到对画面挑剔的欧美玩家的赏识。同时现在的日本少子化现象严重，人口逐渐减少，移民政策又不是那么放得开，这也导致了日本游戏市场进一步萎缩。上面提到的二线RPG系列都随着项目的削减，制作组的解散而无以为继。存留下来的少数超级大作也是王小二过年——一年不如一年。想想当年《最终幻想》七、八、九、十代在5年内连续发售的辉煌，再对比一下《最终幻想13》所遭到的恶评和《最终幻想 Versus 13》的难产，我们不免唏嘘不已。

现在的CAPCOM，除《怪物猎人》和《生化危机》的正统续作等王牌游戏，其余的游戏均采用外包制作的形式，这一幕是十年前大家根本想象不到的，稻船敬二也因此从CAPCOM离职。高清游戏开发能力在日本数一数二的CAPCOM尚且如此，其他公司可想而知。习惯了胜利的日本游戏如果再不自救，必将像《怪物猎人》中被打败的猎人一样，落得个被猫车拖走的命运。

二 日本游戏为什么越来越难走向世界？

要谈日本游戏，就要明确什么样的游戏是日本游戏。根据日本权威杂志《FAMI通》的定义，欧美游戏就是在欧美制作的游戏，那我们也可以以此类推，定义日本游戏为在日本制作的游戏。《战神》和《神秘海域》虽然是日本索尼公司的游戏，但因为这两个游戏系列都是由美国的工作室制作的，所以不是日本游戏。日本世嘉公司出品的《二进制领域》虽然跟《战争机器》很像，洋味十足，但却是标准的日本游戏。

日本游戏为什么越来越难走向世界呢？以掌机为主的市场格局是造成这点的首要原因。日本人很少用PC玩游戏，经济的长期不景气使得游戏公司只顾着开发成本低的掌机游戏迎合大众，对PC的远离使得它们难以适应新的世代。而随着Xbox的崛起，欧美厂商在游戏机市场也有了归属感，它们将“车枪球”成功带入了游戏机平台，并成为了现在的主流游戏。

以掌机为中心的话，断然攻克不了欧美市场。以北美为例，玩家平均年龄有37岁，而掌机的年龄定位很显然较低，这两者天生八字不合。《怪物猎人携带版》在日本人气暴高，但在欧美的销量还不及日本的零头，主机版的《怪物猎人3》反而销量不俗。日本的市场格局如果不发生改变，赶英超美只是痴人说梦。更可怕的是很多日厂如今不但不作为，甚至有向食物链底端的网页游戏和社交游戏发展的倾向。

其次，由于用户需求的原因，日本服务自己国家宅男腐女的游戏太多。这些游戏定位明确，只针对部分人群进行销售，不会有太出色的画面，销量也不会很高。但由于推出海外版需要高额的发行费用，还要进行本地化，未必能收回成本。所以这些游戏很多都不会行销海外，只在这一亩三分地里消化。

第三，跟日本人的英语水平不无关系。由于日本属于发达国家，国民福利很高，就不会有多少人为了改变自己的命运而学外语了。能说一口流利英语的日本人少之又少，有些人磕磕绊绊能说几句，但源自片假名的日式英语发音也让人头大，就连参加E3游戏展的很多游戏制作人都没法不借助翻译与外界交流。日语并不像英语一样，拥有世界语言的效力，不擅交流的日本游戏业又如何能放眼世界，从欧美玩家们的角度来设计游戏呢。

此外，虽然世界各地的IT企业跳槽率都很高，但日本很多企业采用终身雇佣制。应届内定入社的话，只要不犯大错，都能安安稳稳吃一辈子工资和不菲的加班费，即使只有丈夫一人出门工作也足够养活一大家子。但如果辞职的话，再就业是相当难的。而且日本社会有着森严的等级制度，后辈必须对前辈毕恭毕敬，说话都要用特殊的敬语，家族企业更是让外来人得不到机会，这些都不利于讨论和新技术的研究。

三 圣诞老人进不了日本的烟囱吗？

你能想象风靡世界的网络游戏《魔兽世界》却没有架设日本服务器吗？游戏王



从《安卓学院》这部漫画就能看出如今智能机在日本的影响力



这可是官方的Win7主题哦



智能手机大战一触即发


翻盖手机原本是日本的国民手机样式

国却没有最流行的游戏，这不能不说是一种讽刺。

日本有不少跟世界脱轨但却能自霸一方的东西。比如翻盖手机，在世界上大部分人还只知道大哥大的年代，日本的街头就是清一色的翻盖手机了。电子邮件、拍照、上网、3G、电视、手机小说、月票、信用卡……日本翻盖手机的功能更新速度远超同时期其他手机——虽说出了日本就是一块废铁。任天堂在设计GBA SP的时候，也针对了这项日本人的特殊喜好。

但是，你们有没有发现，新番的日剧和动画当中，使用智能手机的比例越来越大了呢？iPhone和安卓在日本几乎是一夜之间就流行开来。虽然很多人还被上司教训“手机没有电可不能算是合格的社会人”，但是各种市场中无数新奇有趣的App瞬间俘虏了日本人，并不智能的翻盖手机完全无法打败无穷无尽的应用。“羊群效应”效果显著，很快日本就进入了触摸世纪，以iPhone为首的智能手机横扫各大销量榜，日本最终沦陷，翻盖手机即将成为历史。日本输了手机战，这次面对来势汹汹的欧美游戏，日本还会输吗？

二战后，美国成为世界霸主，掌握世界文化的动向。可口可乐、麦当劳、好莱坞等文化席卷全球。但很多美国产品在自成一系的日本的普及相当不顺利，比如在全世界都大红大紫的Xbox 360主机，如今在日本的销量甚至不如已经被淘汰的PS2。微软花费重金专门针对日本玩家打造的数个日式RPG大作无疾而终，上面的大量枪车球游戏就更不用提了，日本的普通玩家们大都对其不屑一顾，依旧抽出掌机玩他们的《勇者斗恶龙》或《怪物猎人》。

但确切地说，日本人未必就只喜欢日式游戏。日本一些最了解游戏，最喜欢优秀游戏的人——比如日本的游戏开发者和游戏杂志编辑大都很喜欢优秀的欧美游戏，推特和博客上经常可以看见他们对于“洋Game”的赞赏。《FAMI通》杂志做过不少关于欧美游戏的专题，杂志现在也倾向于给素质优秀的欧美游戏高分，比如前几天刚刚荣获满分殊荣的《上古卷轴5》——这也是首次有非日本游戏得到该杂志的满分评价。日本本身是向往走向世界，脱亚入欧的。日本人过的节日被圣诞节等洋节攻占大半，不少摇滚乐队都选择日本进行首次海外巡演……从这些地方能看出来日本人并非就是盲目排外，只要有一个像智能手机式的契机，他们也会慢慢接受新鲜事物。有些欧美厂商也投其所好，比如说微软在推广Windows7时特地针对日本地区推出了由水树奈奈配音的“Win7娘”主题。

现在，一些最流行的欧美游戏也开始吸引日本人的目光。SE代理了《使命召唤》系列，越来越多的日本年轻人沉迷于死亡竞赛。“GTA”在日本也从来都是受欢迎的游戏。虽说这几款超级游戏在日本的销量跟欧美还有很大差距，但也在逐年上升，日本人或许最终真的会被枪杆子征服。

引进日本的欧美游戏（包括文字量巨大的美式RPG）有不少都有完整的日文配音和翻译，如果中国市场也能做到这一点的话，那玩家们该有多幸福啊。当然，由于日本对游戏的审查更为严格，游戏中的流血场面被“河蟹”了不少，比如《辐射3》日版中曼哈顿小镇中的核弹就无法被引爆。

四 什么样的日本公司能够在海外吃得开？

很多人在讨论日式游戏的时候，都会有意无意地忽略任天堂，这恰恰是这家京都老铺游戏国际化的证明。任天堂的游戏强调“全年龄”“全家同乐”“没有文化隔阂”，并不会将日本市场看得比欧美市场更重要。《口袋妖怪》是一个典型的例子，这款游戏通吃男女老少，在美日欧三地的销量几乎持平。查看一下欧美市场的游戏历史销量榜和评分榜，你会发现任天堂在榜单上简直是压倒性的存在。而且任天堂在欧美的影响力不仅体现在游戏销量上，其代理发行实力也不可小视。任天堂在北美代理发行的很多游戏比起前作来销量都有提升，比如销量比前作有很大突破的《怪物猎人3》。




贝姐的魅力俘虏了欧美人



《阿玛拉王国》拥有很棒的战斗手感


《神秘海域》在许多层面都可以代表当今游戏业的最高水准


超难的《黑暗之魂》也很对外国人的胃口

当然，其他公司很难模仿任天堂模式，但近些年也并非没有其他能攻占欧美市场的日本游戏。如果一款游戏的销量和平均评分都高，我们就可以认定其能攻陷欧美市场。近些年来，大量日本引以为傲的游戏被打低分，不断地被欧美玩家嘲笑。那么，欧美媒体和市场会给什么样的日本游戏高评价呢？

继《恶魔之魂》后，From Software再接再厉推出续作《黑暗之魂》，在全球范围受到了更胜前作的好评。这款游戏和《上古卷轴5》一样有着丰富的内容，但操作极难上手，游戏中也设计了不少障碍来故意为难玩家。有些日本人凭主观印象认为笨拙的老美玩不来超难的游戏，但那种挑战难度，探索并征服世界的一览众山小的快感却很让欧美人上瘾。年终世界各大媒体的评奖都闪耀着《黑暗之魂》的身影。

《异度之刃》被誉为本世代素质最强的日式RPG。虽然Wii的机能有限导致画面表现力一般，但玩过的人没有一个不说好。公司本不想耗费经费推出有可能赔本的欧美版，但经过欧美玩家们多年的呼吁，反复地请愿，这部游戏终将远渡重洋。可见欧美玩家并不只是凭借画面好坏来评价游戏的啊！

“《鬼泣》之父”神谷英树深知如何做出劲爆的动作游戏。白金工作室的首部作品《猎天使魔女》也博得了满堂彩。游戏的动作华丽，难度分配合理，各种武器道具应有尽有，怪物和场景也丰富得很。不仅获得了世界各地媒体平均接近90分的高评价，而且在北美和欧洲的销量也都超过了日本数倍。贝姐的性感红唇完全俘虏了欧美玩家们的心。

小岛秀夫的游戏在全球都有超高人气。《合金装备4》获得了世界三大权威媒体（IGN、GameSpot、FAMI通）的满分。他在前一段时间中的访谈中，表示日本游戏不能只注重本土市场，必须放眼世界。他认为技术上的差距还是可以补救的，但日本人的世界观限制了他们很难做出自由的游戏体验。开发者要敢于走出去，用好莱坞式的全球化视角来构建游戏，这样才能符合所有人的口味，从而拿到合理的预算，运用合理的技术。现在他的工作室也在招募外籍员工，希望组成一支“星际迷航”式的文化多元的队伍。

五 日本游戏业需要新的明治维新

只是几个南蛮商人和传教士远远不能将日本带入西方文明世界。1853年，美舰



通吃美日欧三地的《口袋妖怪》

打通了日本的通商，有了这次耻辱的刺激，才有了家喻户晓的明治维新。近些年来的溃败，对日本游戏界来说未必就是坏事。

美式RPG同样有过一次严重得多的低潮期。一个时代的标志黑岛倒闭，《博德之门》和《辐射》的新作遥遥无期，太过核心向的美式RPG毫不亲民，几乎到了被人遗忘的地步。直到最近美式RPG才再次复兴，开始反攻家用机市场，视角也由俯视改为了流行的第一人称或者第三人称视角。现在的美式RPG比起策略性更强调动作性，甚至可以当打枪游戏玩的《质量效应》，动作感极强的《阿玛拉王国》和《龙腾世纪2》等一跃成为了市场的宠儿，“老滚5”更是在年底一统江山。比起当年美式RPG的窘境，日本游戏还远远没输到言败的地步。

如今索尼美国的两个工作室俨然成为了公司的支柱，圣莫妮卡的《战神》和顽皮狗的《神秘海域》都代表了当今游戏界的最高水准。既然外来的和尚好念经，也就有很多人想当然地认为，靠日本大公司还算充裕的资金买下美欧的工作室或将游戏外包也是自救之路——有钱能使鬼推磨嘛。但外包远不能拯救日本游戏（何况根据《FAMI通》杂志的定义，这些也算欧美游戏）。近期的两个外包“大作”《生化危机——浣熊市行动》《寂静岭——暴雨》的IGN评分加起来还不到10分，让期待这两部作品的粉丝们大失所望。

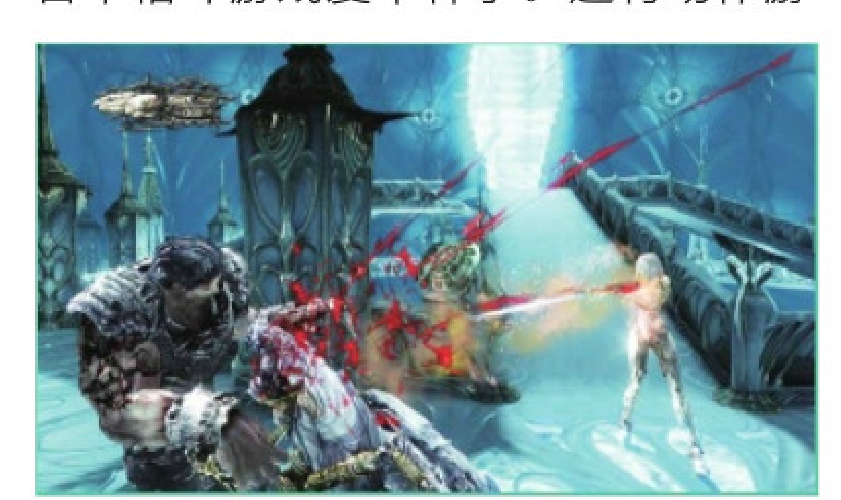
除了外包，还有一些工作室为了打开外国市场制作出了一些射击游戏来讨好洋大人，模仿《战争机器》的《量子理论》，射击版“生化”《暗影诅咒》等。这些尝试并不能说错，但热脸却大多贴了冷屁股——这些游戏几乎无一例外地销量惨败，而且是两头不讨好。日厂为了高额利润而放弃自身特点去做美式游戏是十分短视的行为，几乎不可能获得成功。

日本游戏决不能失去自己的风格！日本漫画没有输给超级英雄，好莱坞的交响曲也不能取代日式音乐的细腻。日式游戏想要崛起，不应该刻意模仿欧美。就像上面提到的公司一样，它们没有一部作品刻意模仿欧美风格，但依然饱受全世界玩家的喜爱。日本游戏的风格本身就偏向细腻而非粗犷，同样是越肩视角的冒险游戏，《神秘海域》并不能带给我们《生化危机》或者《合金装备》中的那种特有的日式细腻感。披萨牛排固然好，但你未必就不想换换口味吃次寿司。同行业内的产品太过雷同可不是好事，如果哪天日式游戏被欧美游戏同化，就跟街边的川粤鲁湘各大菜馆全被“开封菜”（KFC）吞并了一样可怕。

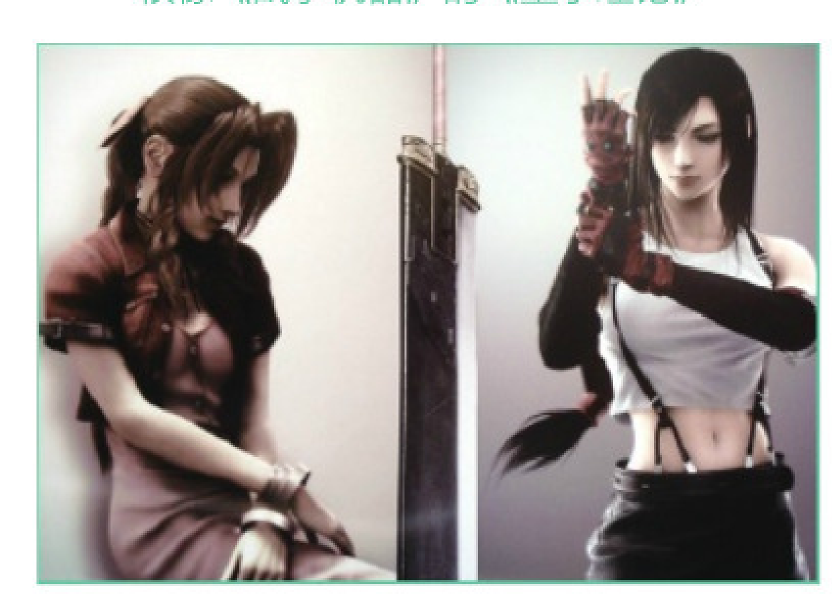
有那么几种游戏日本依然保持着优势。比如说格斗游戏，《街霸》《苍翼默示录》《铁拳》《刀魂》等各成一派斗个你死我活，连篮球巨星邓肯都对日本格斗游戏爱不释手。还有动作游戏，“忍龙”和“魔女”的可玩性就连《战神》都要敬上三分，非《但丁的地狱》之流能比。再有RPG方面，现在很多人大赞美式RPG“自由度高”“支线丰富”，甚至用其贬低日式RPG，但其实欧美玩家绝不排斥素质优秀的日式RPG。世界上最受欢迎的RPG毫无疑问是《最终幻想Ⅶ》，不管是对于日本人还是欧美人。当时前无古人的画面和剧情表现手法造就了这部永恒的经典。与其说欧美玩家排斥日式RPG，倒不如说排斥水平低下的RPG吧。

还有很多人认为，欧美人根本不喜欢日本的宅腐文化，这种想法也是片面的。虽然喜欢这些文化的只是一小部分人，但只要能抓住这部分用户，就足以拥有稳定的海外销量。乙女向游戏《薄樱鬼》的美版首周销量有4万——这个数字在日本也很难达到。中国的清凉油还能走出海外呢，小成本游戏也没必要觉得自己拖后腿。

稻船敬二虽然对日本游戏不满，但爱之深责之切的他绝没有放弃。他创立了两个新的个人工作室，一直都在努力改变世界对日本游戏的印象。傲慢的日本人绝不应沉溺于过去的辉煌，如果能放下身段，加强与世界的交流，在保持自身特点的同时加强技术的话，那日本游戏的复兴也就指日可待了。P



很像《战争机器》的《量子理论》



每年都会有《最终幻想Ⅶ》重制的传言



谁说欧美妹子不好这一口？

“软广” OR “硬广”？——游戏的广告投放方式选择

■黑龙江 Skyood



编者按：本文作者从事广告学专业的学习，此篇文章结合自己学业来研究游戏现象，值得鼓励，欢迎读者也能结合自己学习的东西来研究游戏中有意思的现象。


商家告诉你：“我们的产品是最好的！”这就是硬性广告

“游戏的广告”不同于“游戏广告”，前者是为推销游戏而做的广告，后者是为了推销另一种商品，而在游戏中做的广告。在这篇文章中我们来探讨一下前者（为行文流畅，以下“游戏的广告”简称为“游戏广告”）。

广告行业内有一种划分标准，将广告分成“硬性广告”和“软性广告”两部分。所谓“硬性广告”就是指我们在报刊、杂志、电视、广播等主流媒体上看到的和听到的那些传统意义上的广告，之所以称其为“硬”是指它们通常强迫受众去接受广告信息。所谓“软性广告”就是指原本的广告信息被加工后以受众喜闻乐见的形式表现出来的广告，称其为“软”是指它们没有直白地向受众灌输广告信息，而采用了一种更委婉的方式推销商品，比如植入广告。

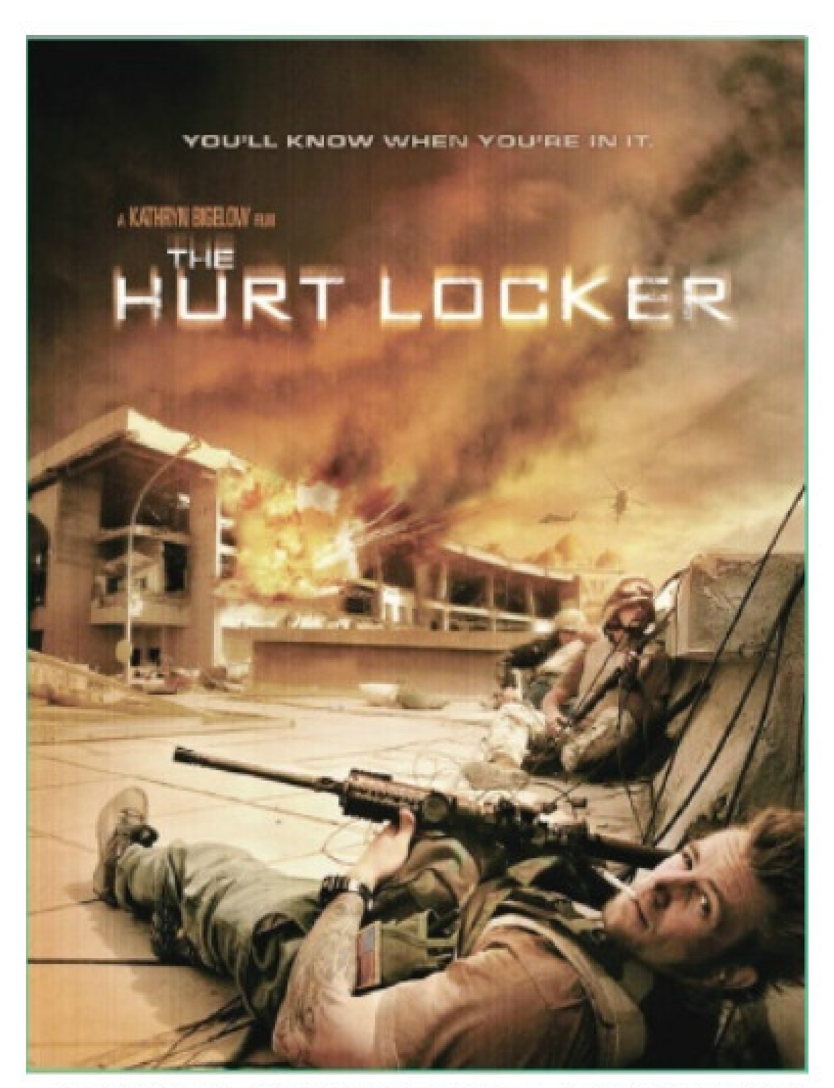
硬性广告在国外游戏市场上是司空见惯的，许多大作都会在电视这类传统媒体上投放广告。而软性广告的投放则更加普遍，许多制作团队和发行商都把它当作游戏上市前的一项必修课。传统的软性广告投放方式包括发布游戏试玩，制作人采访，游戏预告片等。随着互联网技术和游戏产业的不断发展，许多新兴的软性广告形式也被应用到了游戏广告中，让我们来看几则具有代表性的软性广告。

广告行业划分

一 植入广告

如今，在影视作品中投放植入广告是一种非常流行且具有话题性的商品宣传方式。虽然我们平时可以见到各种各样的植入广告，但把游戏的广告植入到影视作品中却并不多见。2008年的《拆弹部队》中就出现了Xbox 360和《战争机器》的身影。这部影片讲述的是2004年美军一个拆弹组在伊拉克战争中的故事。而大兵欧文在影片中玩的Xbox360和《战争机器》分别面市于

2005年和2006年。面对这种明显的逻辑错误，最终玩家普遍认同的观点是：主角一行人是从未来穿越而来的。记得当年第一次看到这则植入广告时，只在PC上体验过这款神作并且极度向往拥有一台家用机的我已经分不清脸上流下的是泪水还是口水，更分不清这是Xbox360的广告还是《战争机器》的广告……其实这正是微软想要的感觉，既在全世界观众面前展示了自己的产品，又在玩家中间引起了一场不大不小的话题，我们不禁感叹："微软你可真聪明！"



《拆弹部队》荣获第82届奥斯卡金像奖最佳影片


大兵，你的技术有待提高



《现代战争3》真人预告片——There`s a soldier in all of us（我们的心中都有一个战士）


在《现代战争3》预告片中跑龙套的霍华德


《死亡岛》预告片的温情路线

二 病毒营销广告

病毒营销广告的特点就在于传播速度快，传播范围广，传播成本低。这种广告通常把广告信息赋予一定的趣味性或者内涵，让受众主动接受广告信息并加以传播，这种用户之间自发进行的多点对多点的传播可以像病毒一样迅速蔓延，并且对广告主来说几乎不需要支付任何传播费用。在游戏领域，《现代战争3》的真人预告片和《死亡岛》的情感路线宣传片就是病毒营销广告最好的代表。虽然前面说过，游戏发布预告片属于一种传统的软广投放方式，但不能否认的是《现代战争3》和《死亡岛》的预告片无论在创意还是在表现形式上，都已经达到了可以让受众主动传播的地步，事实也正是如此。《死亡岛》的预告片在短短一周内就被浏览超过了300万次，并且在2011戛纳国际创意节获得了"网络短片金奖"的殊荣。《现代战争3》的真人预告片中，几位大牌明星的联袂登场也曾让视频红极一时。

三 线下活动

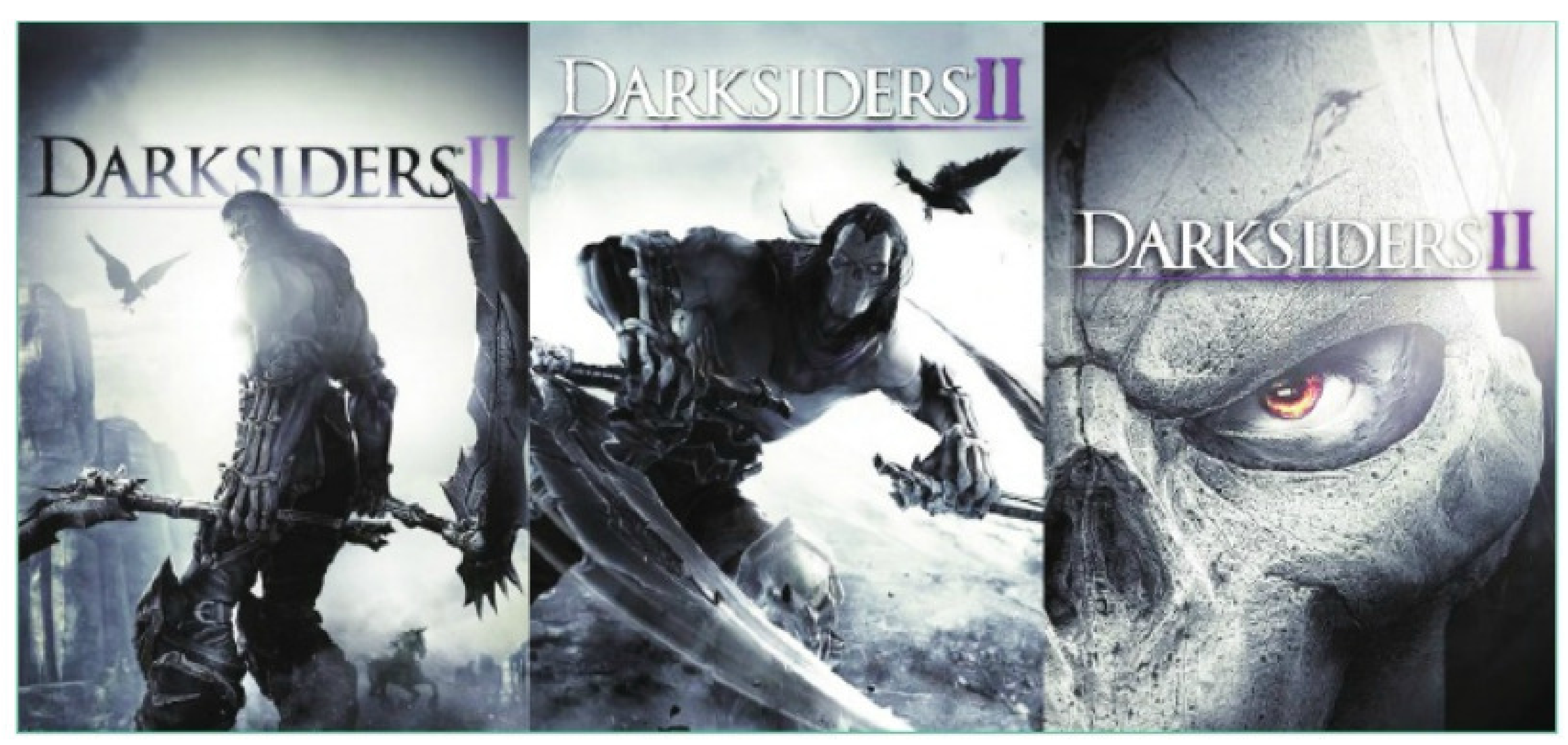
线下活动的意思是使用免费的媒体或不使用媒体进行的产品推广活动。THQ宣布新作《黑暗血统2》的游戏封面将由玩家投票选出，同时参与投票的玩家还有机会获得该作的限量收藏版。虽然备选的封面只有3张，而且风格和色调都很相近，但依然吸引了许多玩家的眼球。这种近乎零成本的线下推广活动，为游戏从临近发售到最终面市的这段真空期提供了精彩的噱头。THQ显然是想让死亡骑士来个华丽丽的亮相，那么让我们拭目以待吧。

国内游戏广告的困境和出路

国外游戏广告运作得非常成熟。值得注意的是，无论是植入广告，病毒营销广告还是线下活动，都可以被划分为软性广告。似乎软性广告已经成为了游戏广告的主流投放方式。这是否意味着国内游戏市场也可以大打"软广"牌，从而师夷长技以自强呢？恐怕答案是否定的，因为投放软性广告是要具备一定前提的。

困境——缺少核心玩家

游戏作为一种娱乐产品，它不同于普通商品，同时也与其他娱乐形式有着很大区别。相对于许多低成本的娱乐形式而言，玩游戏无疑有着更高的进入门槛。你至少需要有一台PC或者家用机，有一款或几款你热衷的游戏，甚至你还需要手柄，体感设备或者叫外卖的电话号码等等等等。于是，这些跨进游戏门槛的玩家成为了核心玩家。另一部分介于玩游戏与不玩游戏之间的人，我们称之为普通玩家。在国外，10个人中可能有9个人接触游戏，这9个人中可能有5个普通玩家，剩下4个是核



霸气侧漏，你会选择哪张？


有了这些核心玩家，游戏才有人玩，广告才有人看

心玩家。这时我们就要考虑，面对不同的玩家群体我们该如何有效的投放广告呢？

如果你是一名欧美RPG游戏爱好者，那么你一定玩过《上古卷轴5》。如果你是“光晕”系列的铁杆粉丝，你一定不会错过《致远星》。事实就是如此，无论做不做广告，核心玩家都会去尝试他们喜欢的游戏，而此时一个精彩的病毒广告或者一次奖励丰厚的线下活动都会被他们主动接受并且积极参与其中。可普通玩家和不接触游戏的受众看了相同的广告后最多会觉得很有趣，然后一笑了之。很少会有人主动去了解广告想传达的信息，更别提去玩这款游戏了。所以说，软性广告是为核心玩家量身定制的，普通玩家很难也不想去理解它。试想一下，一个从来不知道《黑暗血统》为何物的受众，怎么可能会去为《黑暗血统2》的封面投票呢？

是的，核心玩家的状况决定了一个地区的游戏广告投放方式。之所以软性广告在国外游戏市场上大行其道，游戏制作人们敢在广告中“玩”创意而不必担心有很多人看不懂是因为他们有着牢固的核心玩家基础。发达的游戏产业，政策的支持，家用机等游戏设备的普及，帮助国外的游戏产业早早地完成了核心玩家的原始积累。为数众多的核心玩家成为了各家游戏制作团队和开发商争夺的焦点。简单说来，他们的软性广告就是针对大量的核心玩家投放的。

反观国内游戏市场，区别就很明显了。没有发达的产业做依托，没有高度普及的游戏设备，甚至许多人对游戏所持的否定观念都严重阻碍了核心玩家规模的扩大。在国内，10个人中可能只有6个人接触游戏，而这6个人中普通玩家就占了5个半，最后只剩下半个核心玩家，而实际的数字可能比这更小。然而，面对如此小众的核心玩家群体，许多国内的游戏发行商并没有审时度势，有的放矢地采取有效的广告投放策略，而是依然对受众盲目地进行无差别的软性广告投放。成本低廉，传播迅速的病毒营销广告很快成为大部分游戏发行商的不二之选。同时，一些实力出众的游戏发行商也愿意花大力气去做线下活动。但是这些软性广告投放后的效果如何呢？下面让我们来看两则案例。

前一阵子，《传奇世界》八周年微电影——《假如世界没有8》曾在网络上非常流行。这是一则颇具创意并且可以作为病毒广告广泛传播的微电影。但同时，它也是一则软得不能再软的软性广告，在长达5分多钟的广告里几乎没有出现任何跟游戏自身相关的信息，除了在最后出现的LOGO。尽管这则广告在网络上广泛流传，但看过之后，除了这款游戏原来拥有的核心玩家之外，谁还打算真正去尝试这款游戏呢？反正笔者身边一个都没有。类似的病毒广告在网上随处可见，笔者就不再一一列举。

而提到近期国内游戏市场上的大型线下活动，就不得不说国产武侠网游大作《九阴真经》在2011年举行的第一次区域测试和与其同步展开的“七城七区网吧线下活动”。2007年《九阴真经》立项，直到2011年10月8日开始的《九阴真经》区域测试才让玩家第一次有机会近距离接触这款游戏，所以这自然成为《九阴真经》Fans们关注的焦点。在这次区域测试中，全国被划分为七个大区，按照规定的时间和顺序分别开始测试，每区测试四天，所有测试都在两个月内完成。而在各个大区测试开始的同时，官方会从各个测试区域



要续写“魔兽”的传奇，我们还有很长的路要走



姗姗来迟的LOGO，很多人到现在才恍然大悟，原来是广告……



精美的包装和不菲的价格，激活码成为核心玩家和普通玩家的分水岭



创建1级角色就送45级角色



虽然《魔兽世界》的九城时代早已成为历史，但“网游+饮料”的营 销模式至今仍为人称道


这则广告片中出现的绿皮兽人成为了许多人对于“魔兽”这两个字最初的认知


无论是核心玩家的定位、媒体的选择还是资金的投入，《古剑奇谭》中的龙星商会都是一则成功的软性广告

中挑选一座核心城市并同步组织一系列网吧线下活动。在线下举行的活动中包括：现场免费试玩；限量激活码发售和以“低碳健康生活，畅品绿色武侠”为主题的“绿色骑行”等一系列精彩活动。而值得一提的是，参与区域测试是需要购买激活码的，即使你是《九阴真经》的核心玩家也很难得到官方免费发送的激活码。我们都知道游戏上市前的测试通常是小范围的，并且是以完善功能和修正Bug为目的的。像这样大肆贩卖测试激活码，很明显，其在宣传和销售上的意义已经远大于测试本身了。10月8日，“九阴”开测，线下活动首站西安站也同步举行，到11月28日上海站落幕。在不到两个月的时间里，广大玩家积极参与，热情高涨，每一站等待试玩和购买激活码的玩家都会排起长龙。当游戏蜗牛总裁石海亲临现场进行签赠时，现场的气氛更是异常火爆。看到这样的场面，有人大胆预言：“《九阴真经》将创造自《魔兽世界》以来的第二次传奇。”可事实真的会如此么？的确，《九阴真经》以其坚持本土原创的精神和极富开拓性的创新在开发的四年中为自己赢得了许多核心玩家，而之所以《九阴真经》首次区域测试和七城线下活动会如此火爆，也全赖于这些核心玩家的倾囊支持。但若是没有这些核心玩家，又能有多少普通玩家和不玩游戏的受众去排队购买激活码呢？笔者的同学中的确有一些人在关注《九阴真经》，但他们中却没有一个参加了这次区域测试。当笔者询问原因时，他们通常会略带嘲讽地笑道：“几百块买个激活码？有钱没处花……”。我的这位同学一语道破了天机。核心玩家的执着在其它人看来是无法理解的，所以当很多《九阴真经》的核心玩家在为区域测试和线下活动乐此不疲的时候，总会有更多普通玩家和不玩游戏的受众对此毫不知情或冷眼旁观。由此可见，费时费力地投放软性广告并不符合国内缺少核心玩家的现状，那我们该怎么做呢？

出路——硬广为主 软广为辅

一则在台湾地区电视媒体上投放的《龙之谷》硬性广告也许会给我们带来启示。这则广告明确提出了“创建1级角色就送45级角色，你是新手，更是高手!”的核心诉求点，将玩这款游戏的好处直截了当地传达给广大受众，尤其是没有接触过这款游戏的受众。再配合以男女演员幽默诙谐的表演，使它在传播方面取得了很好的效果。毫无疑问，这种强硬地将核心诉求点灌输给受众的硬性广告，更适合普通玩家和不接触游戏的受众理解广告的内容，从而促使他们中的一部分人去尝试这款游戏。

对于核心玩家群体不够成熟的地区，这也许是个办法。游戏制作团队和发行商的主要任务是努力将普通玩家甚至不接触游戏的受众转化成自己游戏的核心玩家。而转化的方法就是加大在各大主流媒体上的硬性广告的投放，并且注重广告诉求点的表达而非只注重广告创意的新颖。然而众所周知，国内有关部门对于游戏在电视媒体上投放的广告有严格限制，所以对于国内的游戏发行商而言，在主流媒体尤其是电视媒体上投放硬性广告并不是一件信手拈来的事情。但许多发行商并没有放弃在这方面的尝试。目前来看，最有效的方法就是在快销品领域寻找合作伙伴并与其联合投放电视广告，比如《龙之谷》联合盼盼食品和《地下城与勇士》联合妙脆角所投放的电视广告。但在这类合作中，最成功的还要看《魔兽世界》和可口可乐的强强联合。2005年《魔兽世界》刚登陆国内时，九城曾与可口可乐联手举行了“要爽由自己，冰火暴风城”的大型品牌推广活动。其间在许多电视媒体上高频率投放的由SHE代言的可口可乐也可以说成是《魔兽世界》的电视广告，广泛地影响了一大批国内受众。许多从不玩游戏的普通受众都知道广告片中手持大棒，野蛮的绿皮怪物出自一款叫“魔兽”的游戏。而在这则广告投放后的四个月内，《魔兽世界》在国内的付费用户达到275万，九城也因此一跃成为国内一线游戏厂商。虽然在电视媒体上投放硬性广告可以有效地壮大自己游戏的核心玩家群体，但并不意味电视广告是发行商们唯一的出路，杂志和网络同样可以有效地承载硬性广告。然而目前，许多国内游戏发行商在杂志，网络等媒体上投放的硬性广告普遍缺少明确的诉求点，有些制作得也十分拙劣。这样的投放不仅不会收到成效，反而会烧掉大把的银子，实在是得不偿失。

当然，在投放硬性广告的同时也不要放弃软性广告的阵地，毕竟软性广告自身还是拥有很多优势的。只是在投放时一定要瞄准自己游戏的核心玩家群体，选择恰当的媒体进行投放并合理分配资金，避免在宣传自己的游戏时事倍功半。国内的游戏产业发展进入了高速期，游戏广告作为重要的宣传辅助手段，同样任重而道远。

斗破苍穹（http://dpcq.changyou.com/）

游戏类型	角色扮演
目前状态	封测
制作公司	畅游
运营公司	畅游
版本号	0.15.0900
游戏体验	比较不错





《斗破苍穹》是根据起点中文网首部点击过亿的同名热门小说改编的客户端网游。游戏画面大体上还算可以，但细节表现有所不足，角色模型略微有些不协调，锯齿情况比较明显。背景音乐比较不错，可惜连贯性不好，有时会静音半天，另外部分野外场景没有背景音乐。现阶段来看音效似乎完成度不高，除了战斗和移动音效外其他音效还有所欠缺，希望在后面的版本中能陆续补充。角色的移动速度不快，初期靠乌龟坐骑代步，这样的设计挺有意思——但不得不说，即便乌龟真的速度很快，但骑在上边却难免让人感觉慢腾腾的。初期战斗动作较为生硬，加入学院，也就是门派后开始丰富和好转。战斗效果比较华丽，各种特效应用较为丰富，后续阶段需要赶紧把战斗音效加上，才能让战斗显得更火爆刺激。

鉴于游戏宣称只开放了60%的内容，所以最终游戏是个什么水准现在还没法下最终定论，对于运营商的后续开发工作还是可以抱以期待的。

东方故事（http://df.woobest.com/）

游戏类型	角色扮演
目前状态	封测
制作公司	逸海情天
运营公司	极致游戏
版本号	0.85.05081
游戏体验	索然无味



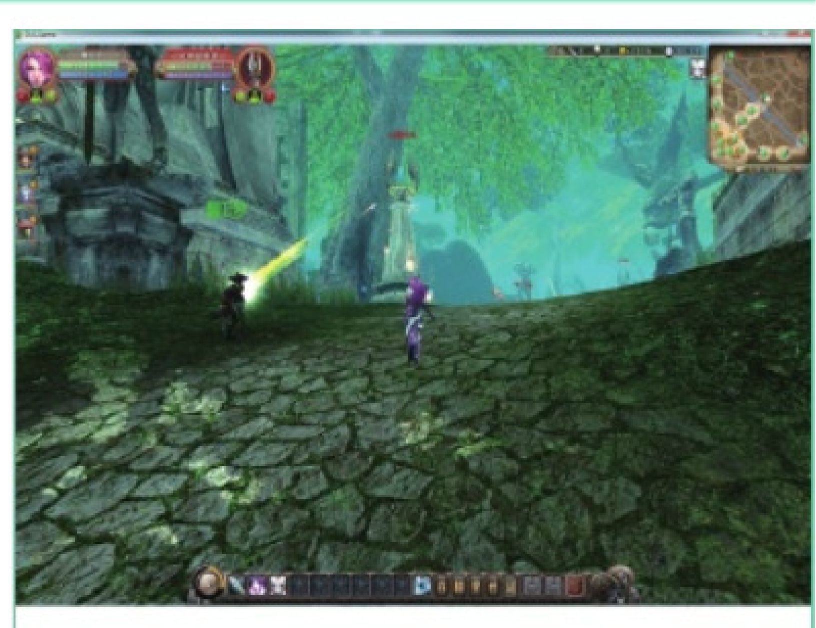


2D回合制玄幻网游，游戏采用Q版卡通风格，画风明亮，色彩艳丽。画面固定在1024×768，界面略显拥挤，且没有小地图的设计。背景音乐轻松愉快，还是蛮不错的，音效也比较齐备。游戏任务比较枯燥无味，基本就是跑来跑去，认识各个NPC，熟悉各种游戏功能。有点问题的地方是，大部分剧情都可以快速跳过，但有些剧情却不行，也不知道什么原因，而且很多自动寻路系统不但寻路，还负责点上NPC对话交接任务，但这个游戏只负责寻路，到了地方需玩家自己点NPC，略有点卡壳的感觉，也许真是被全自动操作惯坏了吧。游戏在系统、功能、玩法上并无创新之处，某些功能还简化不少，比如装备系统就显得过于简单——没有打孔、镶嵌、强化之类（也许是非人民币玩家的福音），没有装备比较功能，技能系统也相当简单，更没有天赋系统或者其他什么附加小游戏、趣味功能什么的。游戏总体并无特色可言，基本就是标准模版加个壳。



游戏类型	竞技对战
目前状态	内测
制作公司	蓝颢网络
运营公司	蓝颢网络
版本号	2012051401
游戏体验	普普通通

大力神（http://dls.haommo.com/）





3D奇幻类对战网游，你可以把这款游戏看成是第三人称射击版的DotA，它把《英雄联盟》的英雄头像和技能山寨成自己的，技能也是乱七八糟五花八门，看上去很是不伦不类，但也不得不佩服制作者的想象力挺丰富。游戏有夺旗、单路推塔、三路推塔3种模式，打法望文生义即可，由于游戏最多支持10v10，所以混战起来又有点《魔兽世界》打奥山的感觉。游戏画面非常糟糕，即便开到效果最高，材质贴图还是很差劲。战斗效果比较华丽，但特效还停留在比较低级的层次上，有明显的纹理和图层感，好处是对玩家的电脑配置低了不少。背景音乐尚可，音效很不错，每个NPC都有中文配音，虽然比较粗糙，但反而和游戏整体的粗糙设计毫无违和感——粗犷的游戏就得有这种粗犷的配音才对。总体而言，游戏画面很烂，系统抄袭了DotA，素材抄袭了《英雄联盟》，操作和战斗模式抄袭了《SMITE》，本作也算是一种诠释全新战斗方式的奇葩网游。



游戏类型	角色扮演
目前状态	封测
制作公司	盈佳世纪
运营公司	盈佳世纪
版本号	1.00.145
游戏体验	浪费时间

源火（http://yh.egaplay.com/）



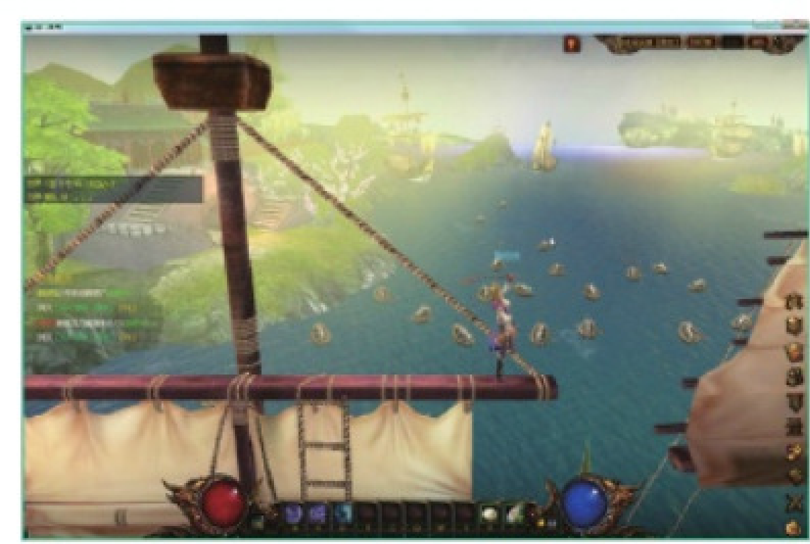


2.5D奇幻类网游，游戏画面在把反锯齿、泛光之类设置开启后勉强挤入中等水准，但依然看出角色模型和贴图的变形。游戏中并没有背景音乐，只有环境音效，水准尚可，音效只在战斗中出现，整个游戏过程都显得相当安静，但还不至于过于沉闷。角色的移动动作异常僵硬，由于视角固定，飘浮感也很重，感觉就是在滑行。战斗动作还算顺畅，但战斗效果较为粗糙，基本还是几年前的特效水准。任务系统表现乏善可陈，而且由于游戏中的字体都偏小，阅读任务介绍都较为吃力。游戏整体而言毫无特色，主功能按钮只有区区8个，像既俗气但又几乎必不可少的宠物功能都没有，看起来玩家们除了打怪升级以外并没有什么其他的事情可做，也许可以练练生活技能，但区区4个生活技能全都是制造类，不知道游戏怎么处理原材料的采集问题。唯一有点意思的是，游戏中总有几个GM陪玩家闲聊扯皮，但问题在于，玩家在世界频道说话要消费100游戏币（非人民币兑换），而GM恐怕不会在乎这个问题的……

龙门客栈（http://lm.kongzhong.com/）



游戏类型	横版过关
目前状态	封测
制作公司	修真科技
运营公司	空中网
版本号	未知（5月18日测）
游戏体验	普普通通





3D玄幻类网游，属于横版动作过关题材，游戏画面还算精致，场景布置的细节都比较不错，但是锯齿较为严重，游戏也没有相关设置，这严重降低了画面整体质量。让人难以接受的是，背景故事是在明朝，但某些女性角色的打扮充满了欧陆风情，男性角色都是短发、《七龙珠》式头型的非主流打扮，实在有点儿戏，更诡异的是，当玩家没有控制动作时，角色自己会浮空坐着，实在搞不懂原因……背景音乐不错，节奏感很好，音效只有战斗部分，表现略差。角色的移动还算流畅，但战斗动作相当僵硬，音效也不是很给力，导致战斗毫无爽快和流畅感，另外，公共CD存在一些奇怪的Bug导致普通攻击无法施展，从而中断玩家攻击动作，攻击的位置判定也存在很大问题，明明不在一条直线上也能攻击到。战斗效果一般，可以看出有不少特效应用，但部分技能效果颜色较淡，感觉轻飘飘的没有打击感。最后，游戏的技能系统较为庞杂。总体而言，作为一款网游，本作是比较合格的，但作为一款横版动作过关游戏，本作在战斗模式和战斗效果上还欠缺很多。

月评：饥饿式销售

在我写这篇评测的一周中，发生了一件大事：“暗黑3”发售了，虽然理论上说和我没有一毛钱的关系，但是，作为游戏业内的一件大事，不提一提似乎也说不过去，而这里要提的就是所谓的“饥饿式销售”。

饥饿式销售是已经挂掉的乔布斯大神最擅长的手段，而网游其实一直存在着饥饿式销售，即激活码的发放，少量发码吊足玩家胃口，以便公测时大家一哄而上造成热闹非凡的景象，最近较为典型的就是《九阴真经》，激活码发放到了苛刻的程度，而且还得花钱买，这某种意义上属于卖CD-Key的网游，印象里除了“九阴”就还有一个《魔兽世界》了。

转回“暗黑3”，据说此次暴雪也采用了饥饿式销售，没有把CD-Key给够，直接后果就是把某些玩预定销售的人给彻底坑了，就像苹果的iPhone 5坑了一批代购一样。人人都“以为”CD-Key这玩意有多少人买自然就卖多少：它不像印钱印多了会通货膨胀，也不像激活码那样免费赠送毫无收益，更不像iPX或“X米”一样有“产能不足”的借口。每个CD-Key说到最根本仿佛就是一式两份的一串字符，一份进数据库存档，一份换玩家的真金白银，稳赚不赔的买卖啊。

但“以为”不是事实，所谓“电子Key游戏公司可以无限创造”“游戏的目的都是玩家越多越好”只是外行（或者蒙外行？）的诡异说法，真正的明白人最低程度也应该会知道世界上还存在“服务器负载”这个概念。简单来说，预备开几组服务器，每组服务器最大承载多少玩家，两者一乘，就是CD-Key或者是激活码的出货量（不考虑分流影响），超过这个量，就像“暗黑3”此次的下场一样——服务器爆掉了，然后得个难看的3.X的玩家评分。所以，激活码是绝不可能无限发放的，而CD-Key是得看硬件建设水平逐步发放的。“无限创造”确实不假，但绝不等于“无限销售”；“玩家越多越好”确实不假，但绝不等于“服务器越多越好”。

在暴雪饥饿之后，一群预定代购台服“暗黑3”CD-Key的人全傻了眼，最具被坑代表性的就是178网站，据说当时有上万的CD-Key无法兑现，以及……上百万的预付款拖欠，影响了无数预备进入台服的玩家以及若干打算借此狂赚一笔的下家淘宝商户。事情轰动一时，178论坛内已经吵翻天，现在什么进展我也不是很清楚，只知道优酷上已经出现了“元首的愤怒之178商城暗黑预售”视频，元首表示：只能继续刷骷髅王了。而在这篇稿子写成之时，一个萌妹子还哭啼啼地在群里抱怨：没有CD-Key，没有退款，没有说法，只有“全怪暴雪饥饿销售”式的推责，只有“我们不差钱”式的保证，只有“直接复制订单号当CD-Key”式的混乱。P

颠覆你的认识——那些被埋没的经典之战

■天津 爱煞朝颜

生活在繁杂的城市中，我们每个人都被贴上了五颜六色的标签，这些标签或许是职位工作，或许是衣着服饰，或许是简单的QQ印象，又或许仅仅是自己挂上的微博关键词。透过这些标签，我们变得易于甄别，变得个性鲜明，变得与众不同，然而，我们在得到许多的同时，却失去了与之相对的另一面。“星际2”的赛场亦是如此，我们记住了Polt的Timming进攻、MMA的多线牵制、“雀茶”的老谋深算、Mvp的沉着稳健，却有意无意地将他们平面化、概念化，忽视了他们或善谋多变、或随性写意的另一面形象。翻开记忆的书册，找寻那些被埋没的经典，那些另类的比赛，星星点点，组成了我们今天的主题——颠覆。

一 Puma以退为进，一波流之外彰显大将之风

Puma以凶悍霸道的一波流闻名于世，并以此击败过MC、MMA等著名选手，但他也因为这套打法失去了正名四海、位列顶级选手之中的机会，即使3:0的比分中，也有两场是凭借一波流制胜。众人眼里一波流与小强间或许是等号，Puma与Master间一定不是等号，于是目睹Puma于欧美赛场披荆斩棘之后，各界得出一致结论：Terran IMBA！

当两个IMBA的人族相遇，Puma知道，证明自己实力的机会到了。经过初期迥异的战术博弈后，青色的Puma与红色的SeleCT都回归到正统的枪兵坦克兵种组合上来，镜像般地开矿、暴兵、空投、牵扯中，Puma将此前落后的些许人口劣势逐渐追回，升完两攻两防，殊途同归的二者在地图中部遭遇。Puma虽然具备坦克数量方面的些许优势，但正面战场上枪兵数量远远落后于对手，且遭遇战让他在开战伊始阵型完全落于下风。机会难得，SeleCT呈包夹之势对Puma发起总攻，此番Puma战则阵型不利，退则全军尽殁，他没有丝毫犹豫，迅速架起坦克逆风而上（**如图1**）。

两秒之后，双方坦克发动第一轮炮击，一时间哀鸿遍地，





生灵涂炭，枪兵数目由SeleCT73对Puma的73:72骤降到65:66。在短短几秒之间，Puma迅速调整阵型，将中部堆积的枪兵拉往侧翼，避开坦克的AOE输出，同时更有效地输出伤害，透过**图2**，亦能看到双方正面战场枪兵数量的显著差距。

3秒之后，第二轮炮击，战场上弥漫着滚滚烟尘与枪兵的哀嚎，双方枪兵数目再次陡然下降至49:49（**如图3**）。此时，Puma的枪兵却大举后撤，他被击溃了么？看到Puma撤军，留下毫无机动能力的坦克完全暴露在Marine枪口之下，SeleCT怎会放过这个扩大优势的机会，操作枪兵展开追击，而下一个3秒，将会令他抱憾终生。

3秒只是一瞬，这一瞬，第三轮炮击炸响，尸骸遍地。再看双方枪兵对比时，已然出现28:39的差距！此时我们方才觉察到Puma那一次后撤的精妙，这次佯装溃败不但让自己的枪兵主力脱离了SeleCT的坦克射程，也让冒进的红色枪兵大军进入了Puma后方坦克火力范围，加之前两轮炮火让SeleCT的枪兵血量大减，待Puma枪兵回头反击之时，对方贫血枪兵都如骨牌般倒下。第三轮炮击，SeleCT的坦克阵全面哑火，而Puma猛烈的炮火，则击中了对手疲惫、脆弱的心脏，一击致命（**如图4**）。

考虑到此前SeleCT将全部主力压在前线，大战之后，这28个枪兵还包括了增援而来的零散力量，SeleCT正面的溃败也在情理之中了，面对Puma得胜后的凶猛反扑，他的枪兵数量一度降至个位数，略微抵抗之后只得打出GG。整场比赛双方都展示出了出色的运营功底与多线能力，而Puma在劣势下决战8秒之间的两次阵型调整堪称惊艳，第一次拉扯避免自己被瞬间击溃，第二次调整，则让对手陷入深渊。8秒，对于Puma强悍实力的展露，已然足够。

二 揭下呆板笨拙的标签，体味细致与浪漫

身为欧美（“欧美”一词本身即为民众对非我族类的笼统称谓）选手，Huk的操作一定是不好的，而他又具备其他非韩选手身上少有的稳健，于是，他必定是呆板的，他夺得了MLG世界冠军，跻身GSLS级之列，幸运女神似乎总与他相伴，这，便是我们赋予Huk的标签。

在这一切的不屑与否定之外，一个不起眼的单位，却带我们领略Huk别样的风格，这个单位，便是“星际2”里战斗数值下限的定义——Probe。在Huk的手中，星灵的探针具备了无限的潜力。它是合格的侦察兵，将对手的一举一动反馈回报；它是恼人的不安分子，让对手的矿区







乱作一团；它是上阵杀敌的猛将，其战“有周亚夫之风”（**如图5**）。

最近，Huk手下的Probe又玩出了新花样——在对手家中画桃心。尔虞我诈、刺刀见红的赛场顿时又多出几分浪漫的气息。

三 张飞绣花，粗中有细 ——MarineKing与三十六计之胜战计

一提到“枪兵王”，脑中不觉放起了幻灯片：一个帅气的少年，几个甩动的枪兵，满地乱跑的火车，瞬间拉散的大军，还有……不侦察（常常裸双开而不探路直至火车出现）、不堵口（无数次被小狗窜进主家）、豆子帮（拿到手软的世界亚军）、铁脑袋（枪兵撞毒暴、枪兵冲地堡、枪兵打巨像），观众喜欢“枪兵王”的操作，似乎也只看“枪兵王”的操作，看他成功，看他失败，而MarineKing这个名字，怎么也难与耍心机、用兵法这般“高端术语”联系起来。不过，当我们回顾MLG赛场上他与Bomber的世纪对决，不禁会惊异、会困惑、会反思，然后认识到一个全新的MarineKing。

比赛在经典地图大都会上展开，蓝色的MarineKing出人意料地选用了

3死神投机战术，不过在Bomber完备的侦察前颗粒无收，后者一波隐身女妖奇袭，数次打掉升级中的兴奋剂，让“枪兵王”在前期科技落后，人口落后，经济又不占优势，被动的局势令MarineKing不得不放弃正面强攻，转以谋略制胜。

第一计，瞒天过海。劣势中的MarineKing没有固守家中坐以待毙，反而摆出一副进攻姿态利用蛙跳、空投进攻Bomber。而在后方，则两度先于对手扩张出分矿，虽然正面战场的屡屡受挫损失不小，但充裕的经济让“枪兵王”牵制对手的同时人口呈现出逐渐赶超之态。第二计，围魏救赵。侦察到“枪兵王”竟然将4矿开在了黄金矿区，Bomber旋即发起进攻，将坦克架在瞭望塔处利用视野与射程优势轰击对手基地，大部队压在下方寻求决战，兵力不及的MarineKing并未强攻，而是调转枪口攻击Bomber主家，Bomber迫于压力只好挥军救援，双方在9点钟高地处呈僵持之势。第三计，声东击西。忌惮于MarineKing蛙跳直取自己出兵点，Bomber不断用雷达侦察对手部署，一把雷达撒过，发现“枪兵王”将大量枪兵装上运输机，Bomber大呼不妙，操作坦克稳住局势，同时全部枪兵打兴奋剂驰援主矿，殊不知已然落入对手的圈套（**如图6**）。当着别人的面实施空投实乃兵家大忌，要知道即使在TvP对抗中，人族要实施空投都需先一把雷达清理掉跟随自己的OB，MarineKing看到Bomber的雷达，却急于将枪兵装船，难道另有企图?

第四计，借刀杀人。满载枪兵的两船运输机没有去往Bomber主家，而是径直奔赴他的坦克阵地，将枪兵散落在排好阵列的坦克身旁，敌人从天而降，坦克左右旋转炮口，开始不分敌我地轰击起来，凭借坦克攻击枪兵时高额的溅射伤害，MarineKing仅仅付出少量枪兵的代价便让对手的阵地陷入一片火海（**如图7**）。

第五计，趁火打劫。为避免坦克溅射误伤自己，Bomber后排的坦克并未架起，这一破绽被MarineKing悉数看在眼底，时不我待，“枪兵王”发动了反攻。第六计，以逸待劳。打兴奋剂驰援主矿的Bomber惊魂未定，便遭遇“枪兵王”空投破坦克阵，赶忙又一针兴奋剂奔赴主战场，正赶上“枪兵王”积蓄已久的枪兵坦克蜂拥而至，决战就此爆发，两轮与时间的赛跑过后，Bomber主力枪兵被自己的兴奋剂消耗至半血，慌乱的军团更是毫无阵型可言，结果一触即溃。MarineKing以齐整之师一举拿下Bomber主矿，锁定胜局（**如图8、9**）。









四 叛逆青年Idra，一个老实的大男孩

桀骜不逊的言论，无所顾忌的抱怨，劣势后不打GG的怒退，失败后拒绝登上StarsWar领奖台，留在GSLcodeS的空座位以及与无数职业选手结下的仇恨足以掩盖Idra（本名Greg Fields）只身奔赴韩国只为实现梦想的积极意义，让他被扣上“问题青年”的帽子。叛逆、愤怒、背离群体，是Idra鲜明的标签，也使他成为“星际2”界罕有的反派。即使他击败过全世界的顶尖高手，也鲜有人理解Idra，正如Idra不能接受一场彻头彻尾的失利一样。

大都会对阵Huk，Idra凭借强大的运营功底全局压制神族，一度出现4矿打2矿的胜势，大劣之下，Huk匪夷所思地升级了哨兵的幻象技能，双方第一波交战，Huk制造了大量幻象巨像，吸引了Idra腐化者大量输出，而Idra在不断的牵扯中竟转出十余个母巢王虫，并针对神族巨像不足（至少他是这样认为的）短板生产了大量小狗，决战在Huk仅存的资源点展开，神族主力是双VR出产的大量巨像，追猎不足使得这一组合在面对虫族腐化感染加巢虫时处处受制，抱着侥幸心理，Huk在交战前幻象了7个虚空舰，大战一触即发，Idra腐化瞄准虚空，海量小狗看准时机迅速包上，却在转瞬之间化为焦土。遭受当头一棒Idra先是一惊，接着看到追猎肆无忌惮地闪烁至巢虫下方开始点射，在操作母巢王虫进行躲避之后，Idra的陆军在大量巨像恐怖的输出之下悉数阵亡。此番不能拿下神族，全因放任其两矿运作积攒起更

为豪华的部队，预感到失败的Idra果断退出了游戏，只留下愕然的Huk、不知所措的解说、困惑的观众以及那个充斥谎言的世界，时间永远停留在了那一瞬（**如图10**）。

透过这场颇具喜感的比赛，我们依稀读懂了Idra，读懂了他背后那独特的世界观。在这个世界里，超越自己的对手比战胜自己的对手更重要。Idra会因为被抓一个房子而怒退，那只不过是一场游戏，但自此以后，他的宿主绝不会在同样的地方被抓，因为他以鲜明的失败做了标注。Idra不是一个合格演员，不会为众人的笑骂而在一场注定的败局中奋力厮杀。他是一个优秀的选手，每一次挫折都意味着一次提高，意味着他对于自己的补全与完善。虫王Idra，永远等待着下一场的完美之役。



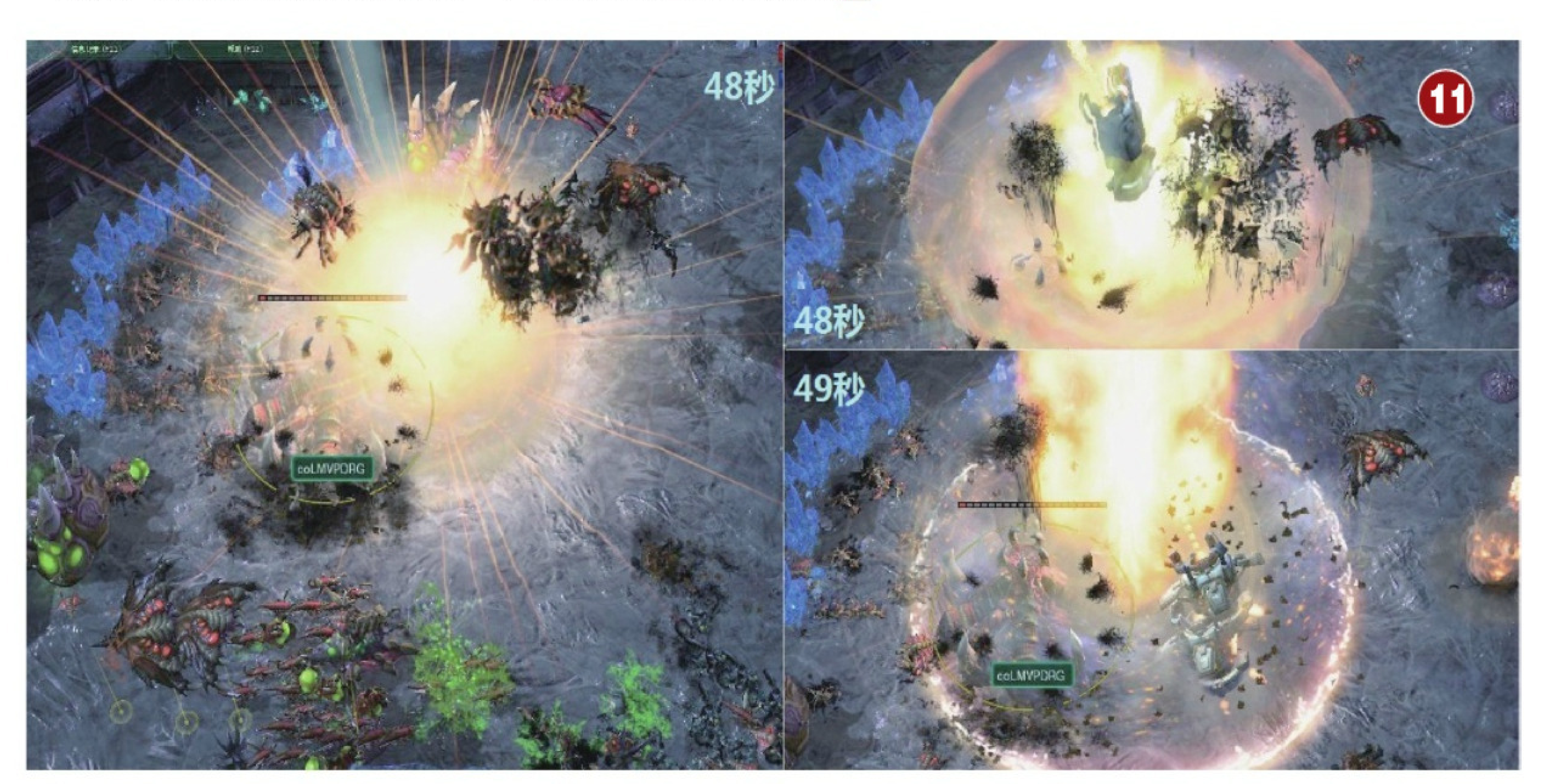
五 星际中的行为艺术家——Bomber

Bomber颠覆的，不单是我们加在他本人头上“魔鬼暴兵”“人族嚣张帝”的标签，更是我们对“星际2”这款游戏的整体印象，在Bomber华丽的行为艺术表演秀之前，我们不禁反问，大家玩的，可真是一款游戏么？

强悍的实力、无穷的想象力辅以一颗敢于表现自我的心，Bomber在“星际2”赛场上追求着他的艺术极致。这场比赛在撒古拉斯高地（Shakuras Plateau）上展开。他对阵当时借着GSTL异军突起，风头正劲的DongRaegu，Bomber一反往日暴兵扛正面的霸道风格，转而利用地图特性打猥琐。通过主动开矿诱使虫族进攻，中盘以行星要塞、坦克阵逐渐扩大优势，每当虫族进攻失利，迎接“冬菇”的便是“矿螺雨”，心态大受影响的对手开始更加频繁地进攻，而这无疑将差距进一步拉大，又是一轮攻防战以Bomber的胜利告终。最后Bomber使出成名绝技“太阳拳”，眼看“冬菇”咬牙坚持妄图翻盘，Bomber开始了他的终极表演。在“太阳拳”的余晖中，核弹应声爆炸，刺眼的光芒穿透巢虫身躯，映衬着腐化扭曲的倒影，这一刻，聆听痛苦与凋亡，虫群燃烧殆尽的躯壳化为灰烬，在核弹冲击的热浪中缓缓落幕。光芒的最深处，轨道舱划过天际，这一刻，我们见证重生。气流将周遭一切升腾，轨道舱缓缓落地，在虫穴依稀存留的幻影中，“冬菇”打出了GG（**如图11**）。

这一战Bomber不但彻底瓦解了虫王的意志，更以华丽的特效闪坏“冬菇”的电脑，使其在之后的比赛中频频发生故障并一度导致比赛中断……而Bomber则以他的实践让我们重新理解了“星际2”——“矿螺雨”“太阳拳”“光芒三连击”，令人叹为观止。

意识如水流般汇成江河，你将要看到的，恐怕早已是注定的景象。生活本是如此，于平凡中展现着不经意的美。



Joker：十多年前，我们十五六岁，玩着暗黑2，幻想着同兄弟们长大后的生活；十多年后，我们二十五六岁，玩着暗黑3，讨论的，是哥几个那时候的回忆。本期的剧场，那个永远被“老大”欺负的有时右逝要来跟我们聊聊他有关暗黑的记忆，标准的有时右逝风格，在一向以小清新或特深沉风格为主流的游戏剧场栏目中，显得有些另类。最后，他说，其实他还是想玩那个“远程物理输出”职业……



多情、贱客、无情剑，姑娘、兄弟、暗黑3（上）

□河北 有时右逝

1. 多情

世界上有一种很苦逼的事情就是等待：想起来当年我玩暗黑2的时候还是个处男，一晃竟然这么多年过去了，这部游戏才终于迎来了新的版本，而我自己也已经升级成了那啥。

岁月是把杀猪刀，黑了木耳，软了香蕉。可见时光还是很残忍的改变了我们很多之前的属性。

当然了我的遭遇并不是最惨的：我有一个兄弟叫……为了维护当事人的尊严我们就叫他小A吧：他当年玩暗黑2的时候也是处男，到了2012年5月15号激动的进入暗黑3的世界时，依旧还是个处男。

当然了今天我们并不是来讨论这些无聊的话题的。千呼万唤始出来的暗黑3彻底掀起了暴雪的又一轮热潮，如果说某些好莱坞电影上映可以万人空巷的话，那么暗黑3绝对可以说得上万人空床：都坐在电脑前练级呢。

我第一次接触暗黑的时候是在初中，一个昏昏沉沉的网吧里：同学还对于所谓的“奶牛关”津津乐道，有电脑的家伙们每天下学之后第一件事就是用可怜的电话线拨号上网，然后钻进一个石家庄的暗黑服务器开始打怪刷装备。本着“暴雪出品必属精品”的理念，一直玩《星际争霸》的我还是尝试了这个完全陌生的游戏。想法很简单，就是玩一玩看一看。

其实吧，游戏和妹子一样，你以为“妹子来一发吗”就完事了，其实古语有云：“一发”而不可收拾焉。懵懂少年从此开始了漫长的单相思，而且一想就是十几年。

我之前一直在游戏公司工作，这期间比较自豪的事情是当年旗舰工作室的两个主策来到公司洽谈业务。他们就是暗黑当年的策划，弄得公司里一群大老爷们磨刀霍霍蠢蠢欲动——要知道上一次大老爷们们如此群情激奋还是公司招募了一群Showgirl的时候。本着和偶像亲密接触的美好憧憬，我操着老外听不懂的标准中国式英语生硬地对白了几句并且要求合影。当时羞涩的我弄得对方一度疑惑：你丫是来要签名的还是来相亲的。

合影之后，对方很感叹：没想到那么久之前的游戏了，你们还记得。

听着这句话，似乎有点伤感。是啊，这是一个每一年都有无数游戏上市的世界，人人多情，怎奈得一个徐娘半老的游戏是否还可以留在人们心中呢？

怎么说呢……虽然《星际争霸》是我玩的第一个暴雪游戏，但是也只算是初恋情人罢了；而《暗黑破坏神》可是我的初夜情人——要知道我第一次撒谎去网吧通宵就是为了干掉第五层的Boss。虽然之后也有许许多多的游戏打动我的心，但是第一次永远是难忘的。通宵的那一夜直到现在也令我辗转反侧，回味起来，韵味依然。

细细琢磨起来，那就应该是年轻的味道吧。



2. 贱客

前几年，我还上大学的时候……原谅我记不清是哪一年了，因为暴雪总是跳票；应该是2008年吧。在那一年暴雪的发布会上，当幕布被掀起来露出来《暗黑破坏神Ⅲ》的字幕时，和在现场的很多人一样，我也在屏幕前热血沸腾的喊了出来："我X！终于来了！终于来了！"睡在我上铺的哥们睡眼惺忪的抬起头，以为我看毛片情到深处喊"一库"呢。

年纪越大越不容易激动，但是暗黑3再一次投入到了暴雪的研发计划里着实让我兴奋不已。犹记得上一次有这么让我激动的游戏发布预告，还是《尾行Ⅲ》的时候吧。虽然都是Ⅲ，但是这两者真的不同：暗黑3和尾行对我来说，一个是照亮我青春的太阳，一个是日，所以两者真的不可同日而语，不可同日而语。

其实仔细想想，就知道我们高兴得太早了。用现在比较专业的眼光来看，当时的《魔兽世界》正是如日中天，暴雪肯定不打算用自己公司的产品来分流自己的用户。从营销策略来讲也肯定是等到魔兽世界走到一个颓势时再拿出来巩固自己游戏界巅峰的位置。用当时不太专业的目光去审视的话，也差不多：暴雪是个跳票狂，这游戏，没个两三年你别想玩到手……别的游戏是卖身不卖艺，人家暴雪可是卖艺不卖身；今儿发布会算是犹抱琵琶半遮面了，天晓得什么时候给你看全脸。

嗯，最坏的打算都预估到了，甚至已经有哥们开始准备存钱到时候换电脑。只是没想到，这一等，就等了4年。

本来去年就打算面世的暗黑3，却意外的因为《火炬之光》的面世而选择了再一次强化细节。《火炬之光》，平心而论确实也是一款好游戏（这就是上文从暴雪跳出来的两个哥俩做的）。认真负责的态度确实是好的，这一点我佩服暴雪；但是坦白讲，如果暗黑3再不面世的话，我真的要当爹了。

很多人都明白，暴雪耽误了一批又一批热血青年的大好青春，只换给了他们一个又一个大号青春。长此以往，暴雪倒是从侧面支持了计划生育的基本国策。



当年一句慷慨激昂的"为了部落"造成了多少血淋淋的妻离子散，估摸着要是暗黑3真来了，一句意气风发的"为了暗黑"又得来一波血淋淋的家破人亡。嗯，暴雪这个贱客着实有一套当小三的潜质。

所以今年，广大大龄未婚青年们，形势严峻啊。

有的人还觉得不谈对象省钱了，少年，你这次幼稚了。

暗黑3来了，高兴的人可不仅仅只是一群翘首以待甚至翘首翘到天天喝颈复康



冲剂的玩家们而已；因为随之而来的，是价格已经被哄抬起来的激活码购买热。商家们这一次算是物以稀为贵，打算捞一笔。

商家……怎么说呢，无商不奸吧。300多的激活码可以炒到1000多，足以见证暗黑3沉寂多年的魅力和玩家对其的期望。面对大陆市场一贯的“人傻，钱多，速来”的营销环境，这一次还是难逃法网。我当时还傻乎乎的给物价局打电话投诉各大商家涨价的不良行径，物价局回答得很直白负责：“啥？你说啥？我不知道那是啥啊……我们主要管粮食和副产品，你说的那个是吃的不？”我无言以对只好以泪洗面，哀叹这几年还真是物价飞涨。

其实这样也好吧……对于现在还在上学的那一批年轻人来说，他们的生活里可能之前只有“暴雪”这个词语，而没有“暗黑”这个词汇。真正对暗黑着迷的那群人，现在大部分都是25岁以上而立之年的哥们弟兄；我们这群人也有了一定的经济能力购买这款魂牵梦绕的游戏。只不过当年暗黑2是免费的，是和它谈情说爱，是纯洁的感情；现在忽然发现当年的那个妹子还是那个妹子，但是得交几百块钱才能上了，总有点嫖的感觉。

一年又一年，面对着传统单机游戏逐渐退出市场主流，而网络游戏开始吞噬天下之际，暴雪走出这一步确实也实属无奈。从《星际争霸2》取消了局域网对战模式开始，任何人都明白暴雪的商业化虽然不明显，但是已经开始贯彻在所有游戏之中了。毕竟只有公司活下去才能有新的游戏给大家不是……

所以今年，广大青年们，没结婚的取钱吧，结了婚的攒私房钱吧。

3. 无情剑

好了不说这些伤感的事情了，还是先来看看暗黑3吧。

说到暗黑3首先要说到客户端……我了个去，20G+！！我的电脑买于三年前，只有500G，这么多年的学习交流并没有给我的硬盘留下足够的空间。开放下载的那一夜我思忖良久，最终还是和苍老师依依惜别：“老师不是我不爱你而移情别恋暴雪了，而是……小别，胜新婚啊……”

我的右手忍痛对着那个文件夹按下了Shift+Delete，替代泣不成声的左手完成了应尽的指责与义务。这个催人泪下的片段估摸着也是一部分兄弟生活的写照，真乃可歌可泣的壮举，足以表达我们是暴雪的死忠。

只不过，暴雪十几年磨一剑，宝剑出鞘之后，我们才知道这把宝剑多么无情。

5月15号，找熟人通过440的内部价拿到了激活码的我颤抖着打开了客户端，那似曾相识的界面几乎让我喜极而



泣。而之后的几天，我真的泣了，而且有点泣不成声。估摸着这就是大泣晚成的意思：让你痛苦的永远在后面，可能是生活，可能是痔疮。

暗黑3给我的第一印象是：ERROR 315300、BLZPTS00007、ERROR 37、ERROR 3007。具体什么意思，我也不知道……总之这一夜就在和这些代码闹别扭；当然了这个情况不止我一个人，大学的群里一群人也是暴跳如雷：等了这个游戏十年，没想到等到它接客了，却大姨妈了。男生们都是彻夜未眠的发送着自己遇到的新代码义愤填膺，只有我们当年的高数老师开心不已："毕业这么久了，开始重新学离散式随机变量了？"

我们能说啥……

第二个印象是，为啥没有德鲁伊职业了……

要知道当年我玩暗黑2的资料片时，一下子就爱上了这个来自于马戏团的角色。当时我们学校的校训是一个名人用连笔字写的"厚泽天物，立德树人"。因为这个名家的笔锋实在有点蹊跷，我一度以为写的后半句话是"小德树人"——既然领导都鼓励我们玩德鲁伊，那么我也当仁不让了。只是当时不明白树人到底作何解释……后来《魔兽世界》小德推出了树人形态之后，一切困扰迎刃而解：哦，这样。

没有了自己的惯用职业其实是一件很痛苦的事情。玩啥？野蛮人太粗狂了不适合我；而武僧这种没有历史地位的职业压根就不能勾起我的兴趣。巫医这个法师和亡灵法师杂交的品种怎么看怎么有点四不像。千挑万选之后我终于看到了和当年《魔兽世界》同样一眼就吸引了我的职业：恶魔猎手。

熟悉我的人都知道我当年的猎人实在是……所以当我的老大得知我又要玩一个"远程物理职业"时，他果断的给我打了电话表示了亲切的鼓励和支持："你丫嘬死你就试试，你敢玩恶魔猎手我就让你马赛克马赛克马赛克。"

上文中老大所描述的酷刑实在下流难登大雅之堂，简单讲就是一些对被害人做完会被依法判处有期徒刑10年到15年的行径。我承认自己吓坏了，忍气吞声玩了一个巫医。

第三个印象是：排队……

这个倒是见怪不怪了。当年魔兽开服的时候也是如此盛大的场面；输入账号密码、点击登录、选择服务器，然后就是你前面有五位数的玩家，您需要等待几个小时。没办法，谁让僧多粥少狼多肉少号多服务器少；万般无奈之下选择去了欧服。虽然我英语只有四级水平而且能过四级全靠选择题占得比重大，但是简单的要求玩家帮忙的口语还是会一些的："PLEASE HELP ME FXXK THIS""PLEASE HELP ME FXXK THAT"。反正这两句话一直用到干掉骷髅王之前是不成问题的。

唯一值得欣慰的是，玩着玩着欧服，我发现很多英语似乎无师自通可以看懂了。你打字说着"PLEASE HELP ME FXXK"的时候，对面已经回复了："xing，zouqi。Wo qq shi 5213XXX，jia qq shuo ba。"

古来四大喜事其中之一就是他乡遇故知，玩家之间的温暖简单而又幸福。

因为这个月忙着做暴雪校园行和全国巡签，所以并没有太多时间去玩暗黑3。但是简单的游戏确实唤醒了尘封已久的热血，我们又开始像十几岁时一样高喊着"哎呀打我呢帮我帮我赶紧的"坐在电脑前一晚上了。收拾完了Boss，捡着散落一地的装备，雄纠纠气昂昂地鉴别一下装备好坏，嘴里谈论的却都是当年玩这款游戏时的回忆。

那一年，我们十五六岁。

这一天，我们二十五六岁。P



2012年上半年上、下旬刊目录

Joker：限于版面，以下目录中只含有“新品初评”“专栏评述”“特别策划”“应用聚焦”“专题企划”“前线地带”“攻城略地”“评游析道”“极限竞技”“游戏剧场”的内容。文章题目前的数字表示“期数-页码”。

应用聚焦

专题企划

前线地带

攻城略地

评游析道

极限竞技

游戏剧场

2012年上半年**中旬刊目录**

Joker: 限于版面，以下目录中只含有“专题企划”“在线争锋”“前线地带”“评游析道”“攻城略地”“软硬评析”“桌面游戏”“游戏剧场”的内容。文章题目前的数字表示“期数-页码”。

专题企划

在线争锋

前线地带

评游析道



攻城略地

软硬评析

游戏剧场

快评

看了特别策划的摄影专题，太给力了，够详细，单位有个老同志非常喜欢这类摄影文章，明天带去给他看看去！ **网友 开三**

那个真气魔法看了一半就没了，就像没写完一样……心痒啊！
网友 大神博士

Joker：喜欢这期的摄影专题的朋友似乎很多，各位摄影爱好者不妨将你们的作品同我们分享一下，正所谓独乐乐不如众乐乐啊！

你正在看的这本杂志，有什么感受请立刻告诉我。你也可以来信寄送到：北京市100143信箱103分箱“读编往来”栏目收，邮编：100143，也可以发送Email到：joker@popsoft.com.cn，或在腾讯以及新浪微博中@大众软件果然棒。登上杂志的快评会得到我们送出的小礼品。



热门应用TOPTEN

投票地址：www.popsoft.com.cn/topten/

大众软件软件关注排行榜		
排名	软件名称	投票数
1	QQ	2258
2	迅雷	2193
3	360安全卫士	1982
4	搜狗拼音输入法	1876
5	暴风影音	1644
6	WinRAR	1572
7	QQ影音	1546
8	金山毒霸	1420
9	千千静听	1398
10	Photoshop	1276

数据来源：《大众软件》读者投票 · 2012年5月

编辑点评：每次拿到榜单都会有意识的看一眼，哪些软件是曾用过但不再使用的，不用的原因何在。例如千千静听，或许只是另一款可在线收藏歌曲的软件打动了我。今天千千静听也已做到这一点，但回想往事，改变有时就在一瞬间。

大众软件硬件关注排行榜		
排名	硬件名称	关注率
1	NVIDIA 6系列显卡	9.54%
2	索尼PSV掌机	8.92%
3	AMD新APU	8.51%
4	AMD Radeon HD 7系列显卡	8.30%
5	Intel Ivy Bridge处理器	7.88%
6	Windows 8平板	7.05%
7	固态硬盘	6.64%
8	诺基亚Windows Phone 7手机	6.22%
9	游戏型高性能笔记本	5.81%
10	安卓4.0平板/手机	4.98%

数据来源：《大众软件》读者投票 · 2012年5月

编辑点评：PSV掌机的强力上扬令人意外，PSV破解尚无实质性进展。就兼容来说，它仅可运行PSP和PS3 Mins的游戏，不过有黑客宣称已可在其上运行PS1游戏，虽然声音系统暂时还无法运作，但希望的力量真的如此之大？

App Store中国软件下载榜（iPhone平台）		
排名	付费版	免费版
1	Mobilocation	一周计划 · MyWeek
2	Quick Call Divert	Palm Reader +
3	手机铃声	飞常准-Pro（限免）
4	Office Assistant Pro	证件照
5	Battery Doctor Pro	中华万年历
6	高德导航HD	Wi-Fi免费通
7	HD Camera-13Mega	Pano Camera 360°
8	iBlacklist Pro+	成人脑力训练
9	WhatsApp Messenger	酷狗音乐
10	Dot-Code Protection Pro	QQ电影票

数据来源：App Annie · 2012年5月21日

编辑点评：本次“酷狗音乐”的上榜较令人意外，限于国内3G的推进速度，手机在线音乐的发展一直受到流量的巨大限制。不过新的迹象已出现。期待国内手机无线环境进一步改善后，会有更多精彩应用走进生活。

国内Android软件排行榜		
排名	热门下载榜	用户热评榜
1	UC浏览器	SimSimi
2	360手机卫士	Picsel Smart Office+
3	谷歌地图	Pixlr-o-matic
4	新浪微博	Midomi SoundHound
5	酷狗音乐播放器	伪装来电
6	微信	BBC News
7	百度地图	百度网盘
8	Adobe Flash Player	春雨掌上医生
9	Camera360 相机360	Quadrant Advanced
10	PPTV网络电视	Steamy Window

数据来源：Appchina应用汇（appchina.com） · 2012年5月

编辑点评：最近网络上刮起了一阵和Simsimi对话的旋风，这是一款来自韩国的聊天机器人应用，其界面采用卡通涂鸦设计，纯简可爱又亲切，深受MM的欢迎。据部分用户反馈，Simsimi不仅够萌够可爱，聊起天来更是专业娴熟。

2012年3月国内网络服务月度有效浏览时间		
排名	服务类别	有效浏览时间（亿小时）
1	在线视频网站	17.1
2	SNS服务	14.9
3	C2C平台	4.7
4	网页搜索	2.7
5	微博	2.7
6	网站导航	2.5
7	社区	2.4
8	新闻资讯	2.2
9	小游戏	2.2
10	文学小说	2.1

数据来源：iResearch · 2012年5月

编辑点评：数据显示，2012年3月在线视频网站总有效浏览时间较2月环比上升2.1%，较去年同期增长28.2%，占3月网民上网总时长的18.8%。可以看到在线视频网站在有效浏览时间方面的优势继续扩大，领先第二位SNS服务2.2亿小时。

2012年1~2月美国Android平板市场份额			
排名	Android平板名称	1月数据	2月数据
1	Amazon Kindle Fire	41.8%	54.4%
2	Samsung Galaxy Tab Family	19.1%	15.4%
3	Motorola Xoom	9.0%	7.0%
4	Asus Transformer	6.2%	6.3%
5	Toshiba AT100	7.0%	5.7%
6	Acer Picasso	5.2%	4.3%
7	Acer Iconia	2.6%	2.1%
8	Dell Streak	1.7%	1.3%
9	Lenovo IdeaPad Tablet K1	0.9%	1.2%
10	Sony Tablet S	0.8%	0.7%

数据来源：comScore · 2012年4月

编辑点评：自2011年11月Kindle Fire发布以来，就成为最热门的平板产品之一。尽管不敌iPad，但在Android平板产品中已成一枝独秀，2012年2月，Kindle Fire成功赢得该市场的半壁江山，不禁令人叹服内置应用的巨大吸引力。P

有了你，我们将更完美！

欢迎加入《大众软件》的大家庭！

如果你喜欢摆弄软件、硬件、数码；
如果你熟悉IT业，常有所感；
如果你挚爱游戏，多有所悟；
如果你醉心打探、整理、分享信息；
如果你热爱写作，文笔出众；
最后——如果你喜爱“大软”，
欢迎加入我们！

前往应用组 10米
与Sting研究代码，与魔之左手共秀新品，
战斗在大软评测室……

10000公里

10米
生铁的足迹，

前往娱乐组 10米
与8神经尽论三剑，与Fly捍卫部落，
寻觅Cross的游戏仓库……

与蓝星老爷雄辩，
挖掘“鬼畜眼镜”的幕后故事……

大众软件

《大众软件》诚聘编辑、记者与美编，有意者请将个人简历、以往所撰写文章发送至editor@popsoft.com.cn。





